

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ
XXI ВЕКА:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА,
ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ**

МАТЕРИАЛЫ

**методической и научно-практической конференции
(Санкт-Петербург, 15 ноября 2019 года)**



**Санкт-Петербург
2019**

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

ВЫСШАЯ ШКОЛА ТЕХНОЛОГИИ И ЭНЕРГЕТИКИ

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ
XXI ВЕКА:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА,
ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ**

МАТЕРИАЛЫ

**методической и научно-практической конференции
(Санкт-Петербург, 15 ноября 2019 года)**

**Санкт-Петербург
2019**

УДК 378.1
ББК 74.58
Э 401

Ответственные редакторы

Терешкина Т.Р., доктор экономических наук, профессор, директор института управления и экономики, заведующий кафедрой маркетинга и логистики ВШТЭ СПбГУПТД;
Богатырева О.Н., кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и права;
Морозов О.А., кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой финансов и учета;
Фрейдкина Е.М., кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономики и организации производства

Экономические и управленческие технологии XXI века: теория и практика, подготовка специалистов: материалы методической и научно-практической конференции (Санкт-Петербург, 15 ноября 2019 года)/под ред. проф. Т. Р. Терешкиной; ВШТЭ СПбГУПТД. - СПб., 2019. - 144 с. – ISBN 978-5-91646-192-3

Сборник материалов конференции посвящён актуальным вопросам развития современных экономических и управленческих технологий, трансформации бухгалтерского учета, цифровизации бизнеса, управления природоохранной деятельностью, проблемам маркетинга и логистики.

Рассмотрены проблемы образования в современном коммуникативном пространстве.

Издание предназначено для преподавателей вузов, аспирантов, студентов, научных работников, специалистов предприятий и организаций.

Статьи печатаются в авторской редакции.

Рекомендованы к изданию Редакционно-издательским советом ВШТЭ СПбГУПТД.

Раздел 1
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ:
СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

УДК 338.45:630

ВЫБОР СТРАТЕГИИ ГЕОГРАФИЧЕСКОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ
РЫНКА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА

Е.Б. Атрушкевич,

доцент

Е.А. Дементьева,

магистр

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Экономические, демографические, экологические и технологические факторы существенным образом меняют спрос на продукцию лесного комплекса во всем мире. По ряду видов продукции Россия в силу своего сырьевого преимущества по-прежнему остается лидером. На примере производства фанеры рассмотрена стратегия географической диверсификации рынка, определены целевые сегменты, оценена их перспективность и риски.

Ключевые слова: лесной комплекс, фанера, березовая фанера, ДСП, нетто-импорт, географическая диверсификация, целевой сегмент.

CHOICE OF A GEOGRAPHIC DIVERSIFICATION MARKET
STRATEGY FOR FOREST COMPANIES

E. Atrushkevich,

Associate professor

E. Dementeva,

Master

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Annotation. Economic, demographic, environmental and technological factors significantly change the demand for forest products worldwide. For a number of types of products, Russia, due to its raw material advantage, remains the leader. Using the example of plywood production, the strategy of geographical diversification of the market is considered, target segments are identified, their prospects and risks are evaluated.

Keywords: forest complex, plywood, birch plywood, wood boards, net-import, geographical diversification, target segment.

Экономические, демографические, экологические факторы всегда являлись определяющими для спроса на продукцию лесного комплекса. В последние же десятилетия на первое место вышли технологические факторы. Появление новых материалов и конечно, в первую очередь, новых технологий существенным образом изменило мировой спрос на продукцию отрасли [1]. Это заставляет производителей искать новые рыночные ниши, переориентировать производство на другие виды продукции или искать новые географические рынки сбыта.

Выход на другие географические рынки относится к варианту стратегии диверсификации. Она нацелена на минимизацию рисков за счет освоения новых территорий, когда убыток на одном рынке возможно компенсировать прибылью на другом. Например, снижение спроса на продукцию на внутреннем рынке компенсируется ростом спроса на зарубежном рынке.

Доля экспорта в российском лесопромышленном комплексе за 2018 год составила 53 %. Несырьевыми экспортоориентированными видами продукции являются производство пиломатериалов и древесных плит (в основном березовой фанеры) [2].

Россия является лидером в производстве березовой фанеры в мире, чье доминирование определено сырьевым преимуществом. Одним из крупнейших российских производителей (1,4 млн.м³ древесных плит в год и 29 % рынка) является компания «Свеза» [3].

Производство и потребление фанеры не сбалансировано географически. Безусловным мировым лидером в производстве и потреблении фанеры является Китай, который производит почти с совокупного объема (113,3 млн м³ в 2018 году)[4]. Основная часть мирового экспорта фанеры поступает в США, Европу и Японию (рис.1). Крупнейшими нетто-импортерами являются: Китай, Россия, Малайзия, Бразилия.

Емкость мирового рынка фанеры оценивается примерно в 230 млн. м³ ежегодным ростом на 3,2-4,4 % [5]. Рынок характеризуется высокой конкуренцией и входными барьерами, появлением на рынке фанеры с новыми покрытиями, ростом индустрии березовой фанеры с постепенным замещением фанеры из древесины тропических лесов.

Спрос на плитные материалы взаимосвязан с динамикой ВВП, зависит от доступности более дешевых материалов, ситуации в строительной отрасли (таблица). Для российских производителей фанеры перспективными с точки зрения экспорта могут быть рынки США, Японии и Южной Кореи. С учетом благоприятно складывающейся политической ситуации необходимо обратить внимание на ближневосточное партнерство с ОАЭ, Саудовской Аравией. Рост потребления на внутреннем рынке можно ожидать, ориентируясь на

планы промышленного и инфраструктурного строительства, целевые показатели в стратегиях [5], [6].

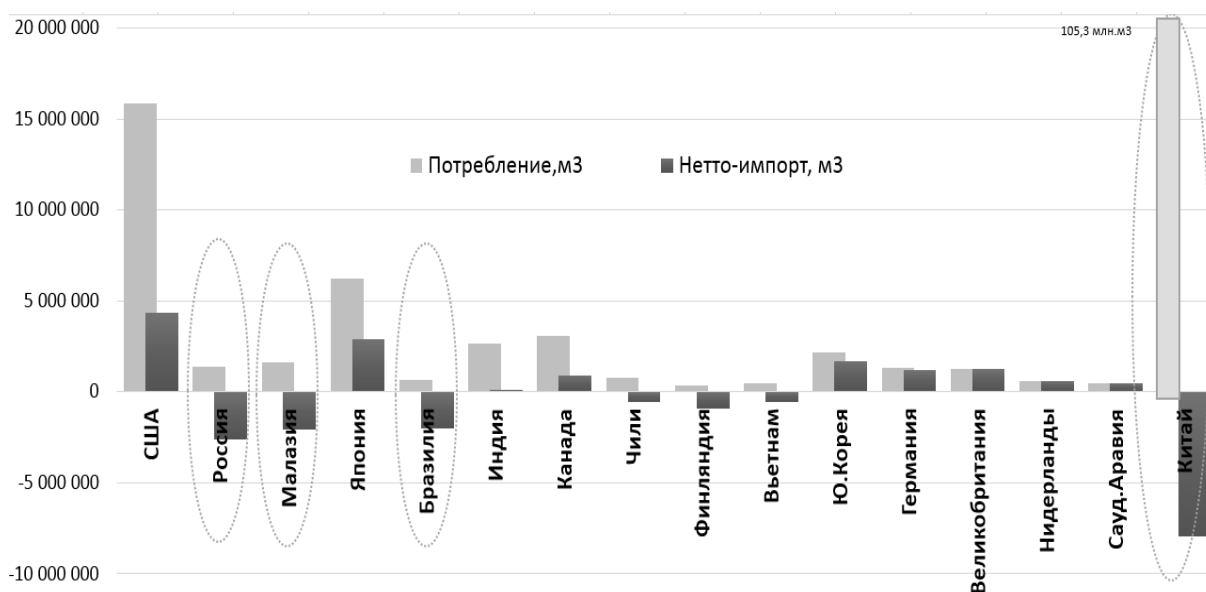


Рис. 1- Объемы потребление фанеры по ряду стран в 2018 году

Источник: по материалам [4]

Фанера применяется в авиастроении, автомобилестроении, судостроении, жилищном, коммерческом и промышленном строительстве, в производстве мебели и детских игрушек.

Рост потребления фанеры традиционно связан с экономическим ростом, ростом потребления в клиентских сегментах (рис.2).

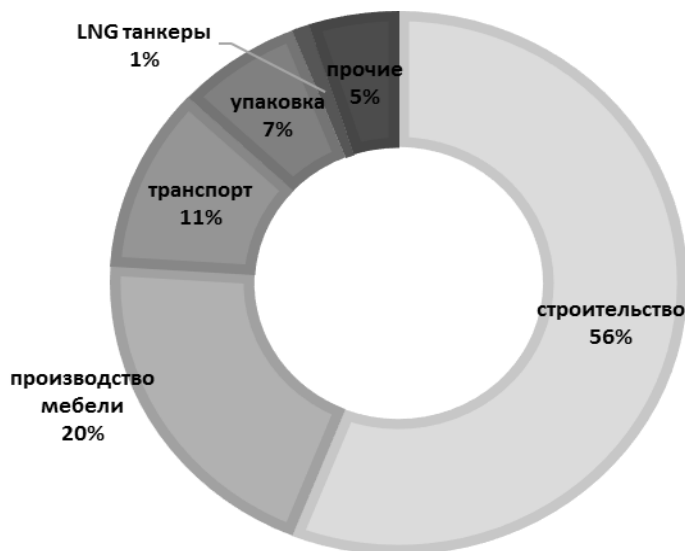


Рис 2. - Сегменты конечного потребления березовой фанеры

Источник: по материалам [5]

Показатели, влияющие на объемы потребления фанеры*
по ряду стран (прогноз на 2019г.), %

	Показатели	США	Япония	Россия
1	ВВП	+2,4	0,94	+1,3
2	Численность населения	+1,04	-0,26	-0,02
3	Жилищное строительство	+6	+1,1	-5,14
4	Коммерческая недвижимость	+4	+2,7	+11,6
5	Инфраструктурные объекты	+3	+5	+41,5
6	Строительный рынок	+5	+9,8	+1,6
7	Производство цемента	+2,6	+1,6	+10,6
8	Промышленное производство	+3,8	+1,1	+2,6
9	Рынок ремонтно-строительных работ	+7,7	+1,2	+3,5
10	Розничные продажи	-1,2	+2,3	+1
11	Производство коммерческого транспорта	+2,61	н/д	+6,3

*Источник: по материалам [5], [6], [7].

Выбор стратегии географической диверсификации связан для компании с целым рядом рисков. Неудачно выбранный канал поставки сырья в страну или способа поставки, контрагентов на новом рынке, юридические формальности могут отрицательно сказаться на поставках.

Особое внимание стоит уделить оценке емкости и перспективности выбранного рыночного сегмента. Большой объем информации, которую необходимо учитывать при анализе, выявление потребностей клиентов, доступность сырья в долгосрочной перспективе, появление новых материалов, а также влияние политических и экономических факторов не только в текущий момент, но и на перспективу, повышают риски работы компании на зарубежных рынках.

Библиографический список

1. Alfred TEISCHINGER, Small and Medium sized wood business – opportunities and challenges for sustainable and regional development// University of Natural Resources and Life Sciences (BOKU), Institute of Wood Science and Technology, Department of Material Sciences and Process Engineering. Vienna, Austria, 2012 [Электронный ресурс]:- Режим доступа: [https://www.researchgate.net/profile/Alfred_Teischinger/\(01.11.2019\)](https://www.researchgate.net/profile/Alfred_Teischinger/(01.11.2019))

2. Лесопромышленный комплекс: итоги 2018 и планы на 2019 год. Взгляд Минпромторга России: выдержка из доклада министра промышленности и торговли Д.Мантурова о целях и задачах Минпромторга

России на 2019 год [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://proderevo.net/>(01.11.2019).

3. Официальный сайт компании «Свеза» [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <https://www.sveza.ru/>(01.11.2019).

4. FAOSTAT: производство и торговля лесной продукцией. [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.fao.org/>(01.11.2019).

5. Стратегия «Развитие лесопромышленного комплекса России до 2030 года» [Электронный ресурс]: Распоряжение правительства РФ от 20 сентября 2018 г. №1989-р – Режим доступа: <http://government.ru/> (01.11.2019).

6. Стратегия «Развитие строительной отрасли Российской Федерации до 2030 года»: проект [Электронный ресурс]: - Режим доступа: <http://www.minstroyrf.ru/> (01.11.19).

7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]:- Режим доступа: <https://www.gks.ru/> (01.11.2019).

УДК 336.719

О ПРОБЛЕМАХ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ В БАНКАХ

Е.Н. Байкова,

специалист

Банк «Александровский»

Т.В. Шмулевич,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Анализируются состояние и проблемы информационного обслуживания клиентов в банках страны. Выявление проблем выполнено путем сравнения организации деятельности контакт-центров в крупном и небольшом региональном банке.

Ключевые слова: информационное обслуживание, консультации, лояльность клиентов, финансовая грамотность.

ON THE PROBLEMS OF INFORMATION SERVICE OF CLIENTS IN BANKS

E. Baykova,

Specialist

Bank Alexandrovsky

T. Shmulevich,

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Annotation. The authors analyze the status and problems of customer information service in the country's banks. The problems were identified by comparing the organization of contact center activities in a large and a small regional bank.

Keywords: information services, consultations, customer loyalty, financial literacy.

Современное состояние отечественной экономики характеризуется инновационной направленностью и стремительным развитием цифровых технологий. Переход от постиндустриального к информационному обществу характерен кратным увеличением роли информации и знаний в его жизнедеятельности. Одновременно резко возрастает спрос на информационные и консультационные услуги.

Информационное обслуживание, то есть оказание консультационных услуг физическим и юридическим лицам, является частью банковского процесса, необходимой составляющей банковской деятельности. Такие услуги относятся к внебалансовым операциям и не учитываются в балансе банка, однако, представляют собой источник роста экономического потенциала кредитной организации за счет наращивания клиентской базы, повышения финансовой грамотности и лояльности клиентов.

Согласно ст. 5, ч. 2, п. 7 Федерального закона "О банках и банковской деятельности" кредитная организация вправе заключать такой вид сделок, как оказание консультационных и информационных услуг. Согласно ст. 2, п. 1 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации", информация — сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления [1]. Ученые дают различные интерпретации понятию «информационная услуга», наиболее распространенным является следующее: это услуга, ориентированная на удовлетворение информационных потребностей пользователей путем предоставления информационных продуктов. Консультация — это совет, даваемый специалистом по какому-либо вопросу. Таким образом, консультирование — это форма предоставления информации, информационных продуктов для удовлетворения информационных потребностей клиентов.

В кредитной организации информационные услуги можно определить как вид мыслительной деятельности, связанный с изучением, анализом и выдачей информации по широкому кругу вопросов, связанных не только с продуктами банка, но и по иным вопросам функционирования финансового рынка и взаимодействия его участников.

Банкам необходимо предоставлять качественные информационные услуги клиентам, это выгодно по целому ряду причин, среди которых в качестве основных назовем следующие:

- ✓ сохранение (удержание) имеющихся клиентов (клиенты должны иметь возможность получать ответы на волнующие их вопросы)

- ✓ демонстрация уровня профессионализма работников банка
- ✓ создание положительного имиджа банка (решение проблем клиентов)
- ✓ повышение финансовой грамотности клиентов, что существенно облегчает работу с ними
- ✓ привлечение новых клиентов («холодные звонки»).

Увеличение числа клиентов ведет к получению большей прибыли.

Рассмотрим контактный центр банка как основу функционирования сферы информационных услуг. Контакт-центр предполагает выделенное подразделение в банке, занимающееся обработкой обращений клиентов и информированием по голосовым каналам связи, по электронной почте, а также заявок, поступивших с сайта банка и от партнеров [2].

Чтобы выявить проблемы информационного обслуживания в небольшом региональном банке, был проведен сравнительный анализ работы его контакт-центра и такого же центра крупного банка. Банк А – является одним из ведущих финансовых институтов, является образцом и примером для кредитных организаций, банк Б - небольшой региональный, частный банк.

Сравнение проведено по следующим направлениям:

- ✓ обучение и переобучение персонала контакт-центров
- ✓ возможности профессионального и карьерного роста их сотрудников
- ✓ объем функциональных обязанностей этих сотрудников
- ✓ возможности психологической разгрузки сотрудников.

Такая группировка позволила выявить общее в организации работы и различия, связанные с особенностями деятельности анализируемых кредитных организаций, а также проблемы, снижающие качество предоставляемых информационных услуг, а, следовательно и лояльность их клиентов.

Прежде всего были проанализированы внутренние положения по обучению и переобучению персонала. Дело в том, что деятельность кредитных организаций по работе с клиентами постоянно совершенствуется из-за изменения законодательных и нормативных актов, появляются новые банковские продукты и услуги, развивается цифровое обеспечение операций. В этих условиях необходимо не только обучение, но и постоянное переобучение сотрудников контакт-центров. Однако, анализ выявил, что если в крупном банке такая работа организована, проводятся тренинги и разбор кейсов, то региональный банк такую работу не предусматривает. Поэтому сотрудники учатся самостоятельно в процессе оказания информационных услуг. Такая практика приводит к ошибкам, психологическому дискомфорту у сотрудников, повышенной нервозности у клиентов, если объяснения непонятны или информация в итоге оказывается недостоверной. Нередки случаи длительного ожидания ответа, необходимость повторного обращения, и даже ошибок. Все это снижает уровень доверия к банку и лояльность его клиентов.

Важной составляющей нематериальной мотивации сотрудников является возможность профессионального и карьерного роста. Анализ выявил наличие в крупном банке соответствующего внутреннего положения, где четко описаны критерии оценки профессиональных знаний и навыков, ступени возможного карьерного роста, возможности повышения квалификации. В региональном банке такого документа нет, возможности карьерного роста банком никак не оговорены, профессиональный рост ни материальными, ни нематериальными стимулами не мотивируется.

Различен и объем функциональных обязанностей сотрудников контакт-центров в изучаемых организациях. Так, в крупном банке происходит первоначальная обработка запросов по тематике и далее этот запрос по телефонной линии, по электронной почте или с сайта банка направляется узкому специалисту. Это могут быть, например, вопросы по обслуживанию или перевыпуску банковских карт, по линейке вкладов, по условиям кредитов, по расчетно-кассовому обслуживанию, подключению/отключению различных услуг по картам банка и т.д. В региональном банке классификации запросов не происходит, поэтому на все запросы отвечает дежурный специалист контакт-центра. С одной стороны, это требует от него высокой квалификации (что банк никак не помогает поддерживать), с другой – это может обуславливать ошибки при консультациях и высокую эмоциональную и психологическую напряженность работы.

Высокая ответственность за достоверность и полноту предоставляемых информационных услуг, довольно большой и часто корректирующийся объем предоставляемой клиентом информации predispose часто встречающийся у сотрудников контакт-центров синдром эмоционального выгорания. Этот термин был введен в психологию ученым Гербертом Фрейденбергером в 1974 году. Состоянию, проявляющемуся нарастающим эмоциональным истощением, особенно подвержены люди, чья трудовая деятельность связана с регулярным общением с другими людьми, эмоциональными сопереживаниями, большой ответственностью.

В крупном банке количество принимаемых за смену запросов может достигать 250. Большое количество запросов связано с недостаточной финансовой грамотностью, непониманием клиентами банковских процессов и продуктов, несогласие или возмущение сложившейся ситуацией. Часто запрос бывает связан со сложными жизненными ситуациями. Ответ на каждый из запросов требует от сотрудника стрессоустойчивости, умения контролировать эмоции, в каких-то ситуациях искреннего сопереживания.

В региональном банке количество принятых за смену запросов существенно меньше, оно немногим больше 100. Это обусловлено меньшим количеством клиентов. Количество эмоционально напряженных звонков также значительно меньше, поскольку этот банк не выполняет ряд операций, обусловленных поручениями государства. Но для его сотрудников с точки зрения эмоционального и психологического, а также умственного

напряжения отрицательную роль играют расширенные функциональные обязанности и многосторонность оказываемых услуг.

К сожалению, в небольших банках не всегда придается должное значение потребностям персонала в эмоциональной и психологической разгрузке. Для обеспечения таких действий могут организовываться комнаты психологической разгрузки, психологические тренинги, что потребует денежных затрат, но позволит сохранить здоровье сотрудников.

Таким образом, проведенный анализ показал, что небольшие региональные банки не всегда полностью осознают роль контакт-центров в своей деятельности и те преимущества, которые может дать грамотная работа их сотрудников. Правильная стратегия управления и ряд несложных и недорогих мер могут существенно увеличить эффективность работы таких подразделений через повышение уровня финансовой грамотности и лояльности клиентов, а также привлечение новых. Такие требования предъявляет и разворачивающаяся роботизация информационного информирования клиентов. На долю роботов в крупных банках страны уже сегодня приходится некоторая часть информации о банковских услугах, линейках вкладов, условиях кредитования. Следовательно, на долю человека в этом секторе работы с клиентами впоследствии будет приходиться все более сложное общение по нестандартным проблемам, возникающим в процессе получения банковских услуг.

Библиографический список

1. Федеральный закон "О банках и банковской деятельности" от 02.12.1990 N 395-1 (последняя редакция).
2. Контакт-центр - основа дистанционного обслуживания клиентов банка. URL: <https://www.banktech.ru/> (дата обращения 15.10.19).

УДК 711.001.13

«УМНЫЙ ГОРОД»: ОТ ИДЕИ ДО ВОПЛОЩЕНИЯ

В.А.Бескровная,
доцент

Ю.И. Тихомиров,
магистр

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. в данной статье рассмотрена концепция «умного города», а также подходы к ее воплощению в России.

Ключевые слова: концепция «Умный город», государственная программа, интернет вещей, городское хозяйство.

«SMART CITY»: FROM THE IDEA TO THE IMPLEMENTATION

V. Beskrovnaya,
Associate professor

Yu. Tikhomirov,
Master

Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. This article discusses the concept of a smart city, as well as approaches to its implementation in Russia.

Keywords: Smart City concept, state program, Internet of things, urban economy

«Умный город» (англ. smart city) — современная концепция, которая объединяет несколько информационных и коммуникационных технологий и интернет вещей для управления городским имуществом [1].

Содержание используемых технологий представить довольно сложно, возникает много вопросов, например, что из себя вообще представляет «умный город», почему он «умный», а самое главное, как отличить «умный» город от обычного. 50 лет назад жизнь в городах текла довольно неспешно, это позволяло коммунальным и другим службам выполнять свои обязанности по поддержанию чистоты и порядка на должном уровне.

Однако в конце XX века ситуация резко изменилась. Сильный прирост населения привёл к транспортным заторам, многократно возросла нагрузка на жилищно-коммунальные службы. Работающая на протяжении долгих лет последовательность действий в области городского управления начала давать сбои. Полупустые улицы начали погружаться в автомобильные пробки. Помимо этого, росли очереди в государственных организациях и поликлиниках. Было множество попыток каким-то образом оптимизировать работу государственных учреждений и ведомств, однако большинство их них приносило мало пользы. Была попытка увеличения штата работников, но и это тоже не помогло. На самом деле опыт показывает, что чем больше сотрудников в организации, тем более сложно сформировать оптимальную и эффективную структуру организации.

Вполне обычные дела, которые люди совершают каждый день, будь то поездка на работу или прием у врача стали превращаться в трудные задачи, выполнение которых требовало существенных затрат времени и сил. Жить в таких местах оказалось сложно, неприятно и некомфортно. Именно поэтому начали думать о том, чтобы большую часть управленческой нагрузки перенести на компьютеры. Они не устают и практически никогда не ошибаются. Такое решение позволило максимально автоматизировать городское хозяйство, а также сделать сам город «умным».

На рубеже XX и XXI веков появились такие понятия как «smart community» с английского переводится как «умный населённый пункт» и

«smart city», что дословно означает «умный город». Также стали обсуждать возможность введения информационных технологий в городскую среду. Однако, и понятия, и обсуждения были довольно туманны и расплывчаты.

Стоит сказать, что важную роль в «умном городе» играет также интернет вещей. То есть, например, в режиме реального времени можно собирать данные от жителей города и роботизированной техники с помощью специальных датчиков. Эти данные сможет обработать только машинный интеллект. Он сможет без особых проблем снизить неэффективность городского хозяйства. По сути «умный город» должен самостоятельно научиться следить за транспортом, электросетями, водоснабжением, больницами, библиотеками, школами, правоохранительными органами и другими общественными службами. Стоит отметить, что в разных городах будут разные подходы к реализации данной задачи.

В Европе этим заинтересовались еще с момента ее возникновения. С 2010 года идет активная разработка особых программ по развитию «умного функционала» городов. К такому роду городов можно отнести Барселону, Мадрид, Амстердам, Манчестер, Милтон-Кинс. Стоит учесть, что реализация концепции сделана на свой лад в каждом из городов. Например, в Барселоне и Мадриде основной упор сделан на автоматизацию общественного транспорта и на автоматический полив парков. В Амстердаме же уделяют больше внимания по развитию «умной электроэнергетики» и малого бизнеса. Милтон-Кинс и Манчестер могут похвастаться сетью скоростных шоссе внутри города с круговыми развязками, которые позволили упростить доступ ко всем кварталам, благодаря этому они смогли обойтись без традиционного городского центра.

В таких странах как США, Южная Корея, Израиль и Япония также идет разработка инновационных городских структур, которые позволят сделать жизнь людей удобнее. Ожидается, что к 2020 году всемирный рынок «умных» городских услуг достигнет 400 млрд долларов.

Что касается России, то первым инициатором построить «умный город» стала Москва. Еще в 2016 году на одном из московских форумов заместитель мэра по градостроительной политике Марат Хуснуллин сказал, что концепция «умный» город будет реализована в Троицком и Новомосковском административных округах при участии французского концерна Engie. В скором времени к Москве присоединился город Сочи, с намерениями сделать город «умным». В этом же году в России приняли целевую государственную программу «Цифровая экономика», в которой внимание уделено именно развитию «умных городов». Планируется, что к 2024 году в число «умных» должны войти 18 городов России и будет выделено около 100 млрд руб [2].

Технологические решения будут сосредоточены в шести областях: «умное» жилищно-коммунальное хозяйство; доступная, комфортная и безопасная для здоровья граждан городская среда; инновационная городская

инфраструктура; цифровизация строительства; цифровизация территориального планирования; развитие городских транспортных систем.

Многие могут сказать, что если какое-то время назад была информация о намерении что-то сделать, то скорее всего в жизнь это вряд ли воплотится, или воплотится, но очень не скоро. За примером далеко ходить не надо, Петербургская ветка метрополитена Проспект Славы-Дунайская-Шушары. Однако в случае с концепцией «умного города» такое мнение будет ошибочным. Например, к 2018 году была внедрена государственная программа «Информационный город» в Москве, которая стартовала еще в 2012 году. С ее помощью можно получить доступ к государственным услугам в электронной форме, например, запись к врачу, в школу, в детский сад, а также оформление загранпаспорта. Теперь москвичи могут отправлять показания счётчиков учета холодной и горячей воды, а также электричества в электронном виде. Не надо никуда идти и это очень удобно, экономит время и силы. Родители же могут отслеживать успеваемость своих детей через электронный дневник.

Все та же программа позволила людям использовать бесплатную Wi-Fi сеть в столичном метро и в наземном транспорте. Также благодаря ей произошел запуск нейронной сети для фиксации нарушений ПДД. Данная технология будет сверять соответствие марки и номера транспортного средства в полностью автоматическом режиме и исключит ситуации неверного распознавания номерного знака. Все мы знаем приложение на наших гаджетах как «Яндекс.Транспорт» которое дает возможность отслеживать перемещение того или иного вида транспорта по всему городу. На многих остановках появились электронные циферблаты, которые действуют по аналогии с приложением, однако действуют для более широкого круга лиц. В общем - то все эти мелочи и являются компонентами «умного города».

Если привести небольшую статистику по степени готовности внедрения технологий «умного города» в различных городах планеты, то Москва занимает пятое место, что очень неплохо. Нас опережают Нью-Йорк, Шанхай, Лондон и на первой строчке располагается Сингапур. Важной составляющей опроса стала инфраструктурная готовность. «Умные здания» и системы ресурсосбережения позволят более рационально потреблять городские ресурсы. Стоит отметить, что сегодня наиболее успешными по использованию новых технологий в сфере жилищно-коммунальных услуг являются Сингапур (64 %) и Барселона (61 %). Кроме того, цифровые технологии станут главной составляющей стратегии развития культуры и туризма. Несомненными лидерами являются Барселона (78 %), Шанхай (78 %) и Сингапур (72 %), поскольку эти города уже сегодня имеют большое количество примеров реализации проектов в области использования новых технологий. Цифровые технологии в городском пространстве помогают туристу лучше и быстрее интегрироваться с городом. Данные актуальны на 2018 год [3] (рис.1).

Будущее близко: индекс готовности городов

СВОДНЫЙ РЕЙТИНГ			
город	позиция города	% готовности	
 Сингапур	1		62%
 Лондон	2		59%
 Шанхай	3		56%
 Нью-Йорк	4		53%
 Москва	5		53%
 Торонто	6		52%
 Токио	7		50%
 Гонконг	8		47%
 Сидней	9		47%
 Барселона			

Рис. 1. Статистика городов по степени готовности внедрения технологий «умного города» [3]

В 2018 году срок выполнения программы «Информационный город» закончился, и нужно было задуматься о новой программе. Московский департамент информационных технологий занялся этим вопросом и представил новую программу, которая будет длиться вплоть до 2030 года. В данную программу войдет шесть самых современных технологий на данный момент: искусственный интеллект; сбор, хранение и обработка больших данных; блок-чейн; интернет вещей; виртуальная и дополненная реальности; кибербезопасность. Конечно часть этих технологий были уже задействованы в прошлой программе, однако в этой планируется расширить их использование до максимума.

Так, в сфере жилищно-коммунальных услуг запустили единый диспетчерский центр, именно он сейчас обрабатывает абсолютно все заявки жителей по коммунальному хозяйству. Также планируется ввести совместное применение сбора, хранения и обработки больших объемов данных, это даст возможность отследить каким тоном и о чем разговаривали оператор и клиент, благодаря чему можно будет дать оценку качеству обслуживания контактного центра.

Помимо этого, в планах ожидается создание «умных дорог» или же другими словами интеллектуальную транспортную систему (ИТС). В нее будет входить множество новых «умных» технологий, например, детекторы транспортного потока, адаптивные светофоры, средства автоматической регистрации нарушений правил дорожного движения, безостановочная оплата проезда на платных дорогах, паркоматы, автоматическое управление освещением, а также прочие автоматические дорожные устройства [4] (рис.2).



Рис. 2. Пример умной дороги с различными датчиками, камерами и детекторами [4]

Таким образом, поведя итоги, можно сказать, что с каждым годом появляется все больше и больше всевозможных «умных» технологий, благодаря которым наша жизнь существенно облегчается. Трудно подумать, что когда-то давно люди жили без привычных нами сейчас вещей, будь то электронная запись на прием к врачу или же отправка счетов за воду в электронном виде. Радует, что Россия не отстает от остального мира в плане реализации концепции «умный город» и стремительно развивается в этом направлении.

Библиографический список

1. Умный город // https://ru.wikipedia.org/wiki/Умный_город
2. Василенко И.А., Василенко Е.В., Люлько А.Н. "Умный город" XXI века: возможности и риски smart-технологий в городском ребрендинге, 2018. – 145 с.
3. Москва – Умный город Режим доступа: <http://www.tadviser.ru>
4. Городская среда умного города. Режим доступа <https://iot.ru/gorodskaya-sreda/umnaya-doroga-budushchee-dorozhno-transportnoy-infrastruktury-rossii>

УДК 351.83

НОРМИРОВАНИЕ ТРУДА КАК ФУНКЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

О.Н. Богатырева,

доцент

В.П.Овчаренко,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Нормирование труда оказывает влияние на все стороны производственно-хозяйственной деятельности промышленного предприятия, и это обстоятельство в полной мере учитывается в практике работы зарубежных предприятий. На предприятиях России этому вопросу достаточного внимания не уделяется. Использование метода хронометражных наблюдений – один из основных способов расчета трудовых норм и нормативов.

Ключевые слова: нормирование труда, хронометраж, микроэлементные нормативы времени, управление предприятием, зарубежный опыт нормирования труда.

LABOR REGULATION AS A FUNCTION OF ENTERPRISE MANAGEMENT

O. Bogatyreva,

Associate professor

V. Ovcharenko

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design Russia

Annotation. Labor regulation has an impact on all aspects of production and economic activity of an industrial enterprise, and this fact is fully taken into account in the practice of foreign enterprises. Russian enterprises do not pay enough attention to this issue. The use of the method of time-keeping observations is one of the main ways of calculating labor standards.

Key words: regulation of labor, timekeeping, trace element time standards, business management, foreign experience of regulation of labor.

В настоящее время нормированию труда рабочих на промышленных предприятиях Российской Федерации не уделяется достаточного внимания. Занимавшиеся ранее этими вопросами отделы труда и заработной платы на большинстве предприятий сокращены, функции нормирования труда практически ликвидированы. Высшие учебные заведения России практически прекратили выпуск экономистов, специализирующихся на этих вопросах. Между тем на предприятиях передовых зарубежных стран – США, Великобритании, Германии и др. вопросам нормирования труда уделяется особое внимание, так как они связаны практически со всеми сферами деятельности предприятий и их подразделений. В этих странах разработаны документы, позволяющие осуществлять нормирование труда работников практически всех категорий.

Нормы времени и нормы выработки, с одной стороны, должны отражать достигнутые результаты на каждом рабочем месте, а с другой стороны, - стимулировать работников на повышение результатов их труда. В зарубежной практике для целей нормирования труда используются

различные методы, включая многофакторный регрессионный анализ, разновидности статистических методов исследования, а также методы линейного программирования. На этой основе на национальном и отраслевых уровнях разрабатываются специальные справочники, методические рекомендации, в которых устанавливаются единые подходы к терминам и определениям по нормированию труда. Например, в Великобритании разработан и используется единый терминологический справочник, который используется большинством разработчиков норм и нормативов [3].

На промышленных предприятиях США, а также стран Западной Европы при разработке норм времени и норм выработки широко используется метод хронометражных наблюдений. Действующие нормы и нормативы на предприятиях этих стран установлены с его использованием. Проведение хронометража на зарубежных предприятиях несущественно отличается от отечественной практики его проведения. Наряду с изучением затрат рабочего времени целью хронометража является определение минимальных величин затрат рабочего времени с учетом темпов выполнения работы. В процессе наблюдения для этих целей в результаты замеров вносятся необходимые изменения.

Для нормирования затрат времени на выполнение работ используются нормативы времени на элементарные трудовые движения, так называемые микроэлементы. На их величину влияют как состав, так и продолжительность каждого из них, уровень их укрупнения и другие показатели. С развитием применяемых техники и технологии производства объект нормирования также может частично изменяться. Эти изменения учитываются в разрабатываемых системах микроэлементного нормирования операций, выполняемых роботами и другими манипуляторами. Они позволяют устанавливать не только время выполнения операции, но и ее отдельных элементов. Это позволяет выбирать оптимальные модели роботов (манипуляторов) и синхронизировать состоящие из них конвейерные линии [1].

Для нормирования работ, на которых использование хронометража невозможно или нецелесообразно, например, на работах по обслуживанию производства, используется метод моментных наблюдений. Он базируется на статистических принципах и законах теории относительности. На отечественных предприятиях для этих целей используются фотографии рабочего дня (времени). На зарубежных предприятиях они не находят широкого применения.

На ряде предприятий разрабатываются и осуществляются специальные программы по нормированию труда. Одним из аспектов программы является расширение сферы нормирования труда. Особое внимание уделяется подготовке специалистов-нормировщиков высокой квалификации.

Разработка и внедрение программ по нормированию труда осуществляется в несколько этапов. В случае необходимости выполняется

финансово-экономическое обоснование программы. Для этого проводится изучение трудовых процессов и определяются возможности их усовершенствования. На последующих этапах определяются очередность выполнения работ, а также необходимость использования автоматизированных систем проектирования и нормирования труда. В программе уточняются категории работников, труд которых подлежит нормированию, и определяются методы и способы нормирования труда.

Определение необходимости привлечения специализированных организаций по нормированию труда является одним из этапов программы. Повышение квалификации нормировщиков и обеспечение их современными техническими средствами, необходимыми для выполнения работ по нормированию труда, также предусматривается программой. Доля рутинных операций в бюджете рабочего времени нормировщика, как показывают исследования зарубежных специалистов, составляет 40 %. Использование современной техники позволяет снизить трудоемкость работ по нормированию труда на 50 – 60 %.

Организация нормирования труда позволяет осуществлять планирование и пересмотр норм времени и норм выработки в целях обеспечения их прогрессивности, не допуская снижения уровня их напряженности. Пересмотр норм выработки предприятиями осуществляется по мере необходимости, как правило, 1 раз в год, проводя при этом политику ужесточения норм выработки. Основой для этого являются прогрессивные изменения в применяемой технике и технологии производства, которые предприятие осуществляет в процессе своей производственно-хозяйственной деятельности [2].

На основании изложенного можно утверждать, что нормирование труда затрагивает практически все стороны производственно-хозяйственной деятельности предприятия и по существу является одной из функций управления производством.

Библиографический список

1. Бевзюк Е. А. Регламентация и нормирование труда: учебное пособие для бакалавров / Е. А. Бевзюк, С. В. Попов. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 212 с.— Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75202>.
2. Шабанова Т.В. Организация, нормирование и оплата труда [Текст]: учебное пособие / Т.В. Шабанова, О.Н. Богатырева; – СПб.: ВШТЭ СПбГУПТД, 2016. – 48 с. Режим доступа: <http://www.nizrp.narod.ru/metod/kafmenedgiprava/9.pdf>.
3. Яковенко Е. Г. Экономика труда: учебное пособие для вузов / Е. Г. Яковенко, Н. Е. Христолюбова, В. Д. Мостова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 319 с.- Текст: электронный //Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71074>.

ТРАНСФОРМАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ПОСРЕДСТВОМ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Н.Г. Викторова,

профессор

П.В. Отрубьянникова,

студент

Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация. В настоящей статье авторами был рассмотрен вопрос специфики использования различных возможностей облачных продуктов в зависимости от хозяйственно-правовой формы учреждения, оценены и проанализированы преимущества и недостатки внедрения облачных технологий.

Ключевые слова: облачные технологии, аутсорсинг, бухгалтерский учет, автоматизация бухгалтерского учета.

TRANSFORMATION OF ACCOUNTING THROUGH CLOUD TECHNOLOGIES IN THE ERA OF DIGITALIZATION

N. Viktorova,

Professor

P. Otrubyannikova

Student

Institute of industrial management, Economics and trade
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Abstract. In this article authors considered the specifics of using various features of cloud products depending on the economic and legal form of the institution, evaluated and analyzed the advantages and disadvantages of the introduction of cloud technologies

Keywords: cloud technologies, outsourcing, accounting automation

В эпоху повсеместной цифровизации происходит неизбежный процесс трансформации бухгалтерского учета и роли бухгалтера в организации, заключающийся в поиске новых решений автоматизации и упрощения процесса ведения учета. Одним из таких решений стали облачные технологии [1].

Облачная бухгалтерия — перспективный сервис, плотно внедряющийся в жизнь предпринимателей и бухгалтеров[0]. Однако пределы функционала облачных технологий, равно как и актуальность их применения, могут быть

разными для отдельных типов организаций, в зависимости от специфики ведения бухгалтерского учета в рамках данной организации. Насколько обширны возможности облачных продуктов, а также насколько выгодно их применение различным видам учреждений РФ является наиболее остро стоящим вопросом, решающим степень интенсивности внедрения технологий на рынок в дальнейшем.

Целью настоящей статьи является проведение сравнительного анализа особенностей применения облачных технологий при разных способах ведения бухгалтерского учета. Были поставлены *задачи*: изучить положительные и отрицательные стороны облачных продуктов, а также специфики использования их функционала в зависимости от типа предприятия его использующего, провести анализ и систематизировать его результаты в форме таблицы.

Согласно изученным источникам, в том числе трудам Елисейевой Е. А., Астаховой Е.Ю., Унщиковой Р.Т., Ипполитовой А.А, суть облачных технологий заключается в предоставлении пользователю доступа к программе в Интернете, что значительно уменьшает трудозатраты при осуществлении классических бухгалтерских операций [3,4].

Новизна технологии заключается в том, что для работы бухгалтеру необходим лишь доступ в Интернет, поскольку вся необходимая информация хранится на облачном удаленном сервере [3,5]. Такое размещение данных является одним из новейших в бухгалтерской практике.

Несмотря на это, в зависимости от хозяйственно-правовой организации субъекта могут использоваться разные возможности облачных технологий. Сравнительная характеристика аспектов функционала облачных технологий представлена в таблице.

Как видно из таблицы, наиболее выгодным является использование облачных технологий для аутсорсинговых компаний. В силу специфики своей деятельности бухгалтеры вынуждены работать с обширным масштабом данных клиентов, поэтому возможность хранения их на сервере, онлайн корректировки и отсутствие бумажного документооборота является важным этапом автоматизации и снижения трудозатрат [7,9]. В это же время, облачные технологии способны принести множество следующих плюсов для бюджетных и коммерческих учреждений: централизация учетной документации, синхронизация работы подразделений, улучшение процесса контроля со стороны руководства, возможность настройки функционала системы под специфику предприятия или учреждения [8].

Тем не менее, несмотря на значительные выгоды, существуют и проблематичные, спорные моменты: для полноценной работы сервиса и постоянного обновления информации организации необходим бесперебойный доступ в сети Интернет на высокой скорости, малейшее повреждение может привести к поломке сервера, а следовательно, затруднению в работе. Также несмотря на шифрование данных и создание резервных копий, существует риск утечки данных [10].

Сравнительная характеристика применения облачных технологий в разных ситуациях ведения бухгалтерского учета

Критерии	Аутсорсинг	Бюджетное учреждение	Коммерческая организация
Преимущества	Возможность хранения гораздо большее количество данных виртуально. Быстрая обработка массива данных. Минимальная вероятность утери информации. Отсутствие бумажного документооборота. Онлайн налоговое планирование. Минимизация человеческого фактора и ошибки в расчетах[6]	Централизованный учет группы учреждений в одной базе. Ведение обособленного учета по источникам финансового обеспечения в одной базе. Онлайн обновление законодательных актов и нормативов. Хранение всех учетных данных в одном облаке. Моментальная замена и обработка информации [8]	Мобильность ведения учета. Ведение кадрового и бухгалтерского учета в одной базе. Моментальная замена и обработка информации. Настройка системы под специфику предприятия. Возможность оперативного принятия управленческих решений
Недостатки	Возможность утери доступа или утечки данных, поломки сервера, что приведет к невозможности работы, необходимость высокой Интернет- связи	Сложность внедрения в силу методической разрозненности бухгалтерского, кадрового учетов[8]. Отсутствие нормативно-правовой базы, гарантирующей конфиденциальность информации	Для полноценной работы системы нужен постоянный доступ к сети Интернет
Выгода для организации	Возможность обслуживания большего количества клиентов за меньшее время, снижение трудозатрат	Синхронизация работы нескольких подразделений. Усиление контроля и управления со стороны руководства	Снижение экономических издержек, оптимизация затрат на ПО Усиление контроля
Выгода для пользователя бухгалтерской отчетностью	Безопасность и сохранность данных. Экономия средств на ведение бухгалтерского учета. Упрощение процесса коммуникации с бухгалтером, ведущим учет	Возможность внедрения механизмов управления учетными процессами, и контроля уровня загруженности бухгалтеров. Контроль уровня исполняемости задач и поручений	Руководитель имеет онлайн-доступ к бухгалтерской базе данных, что позволяет быстро реагировать на какие-либо изменения и оперативно принимать решения

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что облачные технологии неизбежно становятся частью новой реальности процесса ведения бухгалтерского учета. Ежегодно они активно развиваются и внедряются в экономическую деятельность субъектов, подстраиваясь под специфику каждого учреждения, независимо от его хозяйственно-правовой формы. Цифровые технологии трансформируют привычное «классическое» ведение бухгалтерского учета, и чем раньше российский пользователь

приспособится к изменениям, тем быстрее экономика сможет сделать еще больший шаг вперед.

Библиографический список

1. Ибрагимов К.Т., Викторова Н.Г. Инновационные облачные технологии в бизнес-процессах хозяйствующего субъекта: Российские реалии и перспективы // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с междунар. участием/ СПбПУ. – СПб, 2016. — С. 43-46.
2. Калимулина О.В. Традиционные формы и методы завоевания мирового рынка программного обеспечения уходят в прошлое // Российский внешнеэкономический вестник, 2013. № 1. - С. 99–104.
3. Елисеева Е.А. Сравнительная характеристика программ бухгалтерского учета // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.). — СПб.: Заневская площадь, 2014. — С. 155-158. — URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/131/6697/> (дата обращения: 27.09.2019).
4. Унщикова Р.Т., Ипполитова А.А. Облачные интернет-технологии в инновационной бухгалтерии // Вестник КемГУ. 2013. № 4 (56). Т. 2. С. 194–197
5. Астахова Е.Ю., Кочетова М.М. Облачная бухгалтерия — бухгалтерия будущего // Учет. Анализ. Аудит. - 2015. - № 6. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/oblachnaya-buhgalteriya-buhgalteriya-buduschego> (дата обращения: 18.09.2019).
6. Гришина А.А., Кемаева С.А. Инновационные программы в области бухгалтерского учета // Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн. 2018. №4(49). URL: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/5696> (Дата обращения: 18.10.2019).
7. Цивенко М. Ю. Трансформации профессии бухгалтера в условиях развития «цифровой экономики» // Молодой ученый. — 2017. №48. — С. 100 - 102. — URL <https://moluch.ru/archive/182/46766/> (дата обращения: 29.10.2019).
8. Облачные технологии, или «Как построить фундамент для централизации учета в регионе» // журнал Бюджетный учет URL: <http://b-uchet.ru/article/375072.php> (дата обращения: 29.10.2019).
9. Берестова В. И. Перспективы использования облачных технологий в электронном документообороте // Делопроизводство. – 2015. – № 3. – С. 39-44.
10. Дружиловская Э. С. Современные проблемы бухгалтерского учета с точки зрения аналитиков // Международный бухгалтерский учет. – 2015. – № 10. – С. 54-64.

ТЕХНОЛОГИИ РЕКРУТИНГА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Н.Н. Голицова

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. В статье рассматриваются современные технологии рекрутинга в социальных сетях. Анализируются основные тенденции применения интернет - ресурсов в сфере привлечения персонала. Даются рекомендации по использованию эффективных подходов в этой сфере.

Ключевые слова: рекрутинг, персонал, социальные медиа, технологии, эффективность, интернет, продвижение.

SOCIAL MEDIA RECRUITMENT TECHNOLOGIES

N. Goliusova

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Annotation. The article deals with modern technologies of recruitment in social networks. The main trends in the use of Internet resources in the field of personnel recruitment are analyzed. Recommendations on the use of effective approaches in this area are given.

Keywords: recruitment, personnel, social media, technology, efficiency, Internet, promotion.

С развитием цифровых устройств у современных рекрутинговых агентств появляется возможность неограниченного и постоянного доступа к информации о подходящих вакансиях, о пассивных и активных соискателях, о кандидатах из других стран. Многие компании ведут агрессивную кадровую политику, постоянно расширяя набор инструментов для поиска и привлечения специалистов [1]. Рекрутинговая технология - поиск через социальные сети появилась относительно недавно, но уже успела зарекомендовать себя как эффективная и перспективная. Поиск сотрудника через социальные сети становится удобнее, проще и быстрее. Растёт число компаний, применяющих социальные сети в качестве активного дополнения к традиционным методикам привлечения персонала. Уникальное свойство социальных сетей состоит в том, что они позволяют находить тех кандидатов, которые находятся в пассивном поиске или ещё не задумывались о смене работы. К достоинствам поиска работы в социальных сетях можно отнести следующие:

- огромная неограниченная аудитория потенциальных кандидатов;
- атмосфера неформального личного контакта;
- возможность выстраивать долгосрочные отношения;
- неограниченная информация о соискателе;
- низкая стоимость закрытия вакансии;
- первичная проверка на совпадение взглядов кандидата с ценностями компании;
- культура коммуникации;
- возможность поиска пассивных кандидатов;
- высокая скорость мониторинга рынка труда;
- доступность информации и др.

Журнал HR-Portal опубликовал рейтинг ТОП - 5 самых популярных социальных сетей в России при поиске работы [2]. На рисунке представлен данный рейтинг.



. Рейтинг популярных соцсетей в России

Из данных, представленных на рисунке видно, что наибольшей популярностью пользуются при поиске работы социальные сети В Контакте, Facebook, Одноклассники. Каждая из них борется за свою целевую аудиторию, используя всевозможные способы и каналы. Наибольшую популярность социальные сети для поиска работы получили среди молодого поколения, однако и люди постарше не остаются в стороне от всех благ, которые предоставляет мировая паутина, и постепенно становятся активными пользователями различных социальных медиа.

Для реализации более эффективного социального рекрутинга в таблице предлагаются следующие направления:

Рекомендации по подбору персонала в социальных сетях

Элементы	Рекомендации
Стратегия действий	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разработать стратегию социального рекрутинга. Сформулировать четкие цели и ответственность за результат. 2. Направлять усилия на рекрутинг людей, которых не найти через сайты вакансий. Выявлять потенциальных кандидатов и выстраивать доверительные отношения со специалистами, трудоустроенными в данный момент. 3. Не использовать массовое вещание. Ориентироваться на «узкую рассылку», специально составленную и отправленную определенным сегментам целевой аудитории. 4. Использовать стратегию на «опережение потребности» 5. Использовать программу «рекомендательного рекрутинга» 6. Ориентироваться на культурное и социально-этническое многообразие. 7. Рекрутинг студентов, выбор самых лучших без многочисленных и затратных мероприятий на территории вузов.
Каналы и инструменты коммуникаций	<ol style="list-style-type: none"> 1. Расширять круг используемых инструментов, включая ресурсы по организации оффлайн - встреч, местные сообщества, порталы, посвященные туризму, кулинарии, группы любителей кино, фото и т.д. 2. Учитывать, что каждый канал имеет свою уникальную аудиторию, неформальные «правила сообщества» и ожидания. 3. Поощрять сотрудников ведущих свои онлайн-дневники.
Охват аудитории	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отказаться от регулярной рассылки «для всех», напоминающей спам. 2. Использовать тип сообщений, предпочитаемый вашей целевой аудиторией.

Элементы	Рекомендации
Инициативы рекрутеров	1. Обеспечить рекрутеров шаблонами, образцами заполнения профилей, образцами сообщений, часто задаваемыми вопросами, списком рекомендуемых и нерекомендуемых действий. 2. Предоставлять доступ к «библиотеке историй» аутентичных практик компании и фото [3].
Организационно-административная задача	1. Отслеживать процесс передачи кандидата по программе рекомендательного рекрутинга. 2. Использовать автоматизированную систему отслеживания резюме (ATS). 3. Экономическое обоснование инициатив и метрики, отражающие их результаты, должны быть убедительными и привлекательными.

Таким образом, можно сказать, что рекрутинг в социальных сетях - это растущий и многоканальный инструмент привлечения сотрудников. На сегодняшний день, конечно же социальные сети не являются главным источником привлечения персонала, однако их эффективность как вспомогательного инструмента может оказаться очень высокой. Именно это направление лучше всего помогает поддерживать имидж компании как привлекательного работодателя.

Библиографический список

1. Голицова Н.Н. Трансформации обучения персонала в цифровой среде // Образование, наука, карьера: сб. науч. статей 2-й Международной научно-методической конференции – Курск: Изд-во: ЗАО «Университетская книга», 2019. - С. 110-113.
2. HR-Portal. Сообщество HR-менеджеров [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/sistemy-i-metody-otsenki-personala>.
3. Уильям Паундстоун. Достаточно ли вы умны, чтобы работать в Google? - М.: Карьера Пресс, 2018. - 400 с.

УДК 338.12.017

ПРОДУКТОВЫЕ ИННОВАЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

В.А. Ежова,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. На рынке легковых автомобилей демонстрируется уверенный рост премиум сегмента. Меняются инновационные стратегии

производителей, которые дифференцируют продукцию под запросы покупателей. В статье сделана попытка изучить направления продуктовых инноваций на рынке легковых автомобилей.

Ключевые слова: рынок, инновации, прогноз, производство, сегмент рынка.

PRODUCT INNOVATIONS IN THE RUSSIAN PASSENGER CAR MARKET

V. Ezhova,

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. The car market is showing strong growth in the premium segment. The innovative strategies of manufacturers are changing, which differentiate products according to customer requests. The article attempts to study the direction of product innovation in the car market.

Keywords: market, innovation, forecast, production, market segment.

В начале XXI в изменилось отношение потребителей к легковым автомобилям. Приоритетными характеристиками сейчас являются дизайн, комфорт и безопасность. В связи с этим изменились инновационные стратегии производителей, в первую очередь создается большее число электронных опций.

С развитием промышленного производства появились массовые модели легковых автомобилей, за счет этого на рынке ужесточилась конкуренция и начался процесс дифференциации продукции. В результате производители легковых автомобилей заняли свои нишу, внутри которых велась конкурентная борьба. Технические инновации появлялись в автомобилях высокой ценовой категории и затем распространялись в автомобилях бюджетных классов.

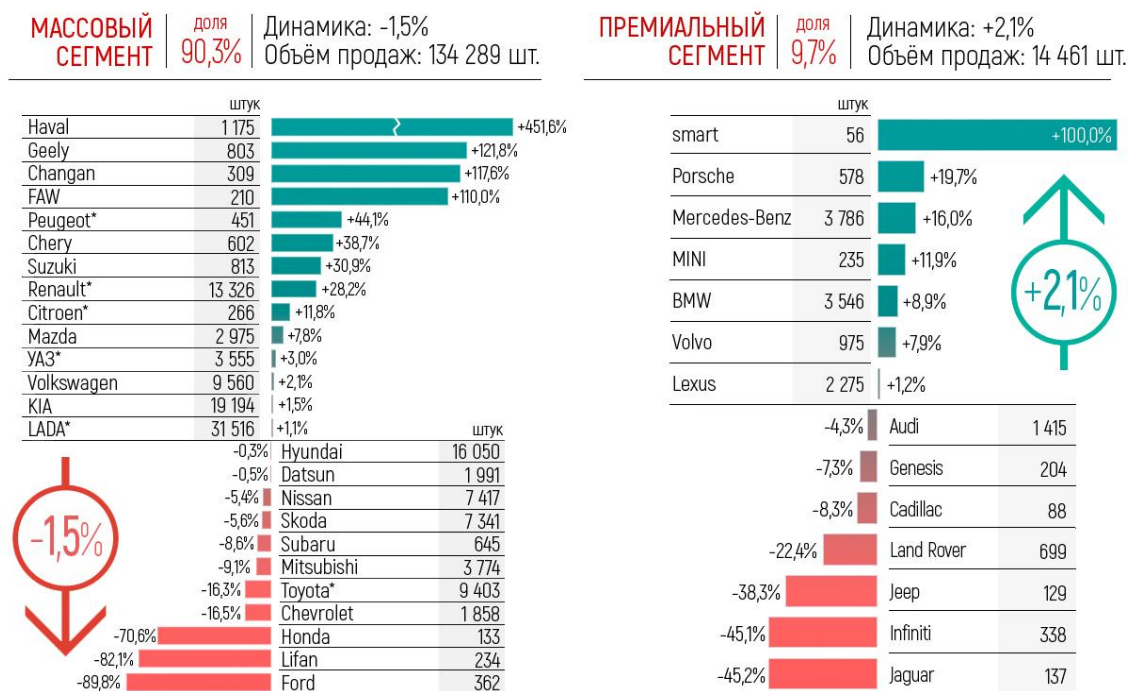
В настоящее время автомобили больше конкурируют друг с другом по набору опций. Покупатель оценивает списки содержимого и опций автомобилей, которые в дальнейшем укореняются на рынке. Так, например, опция ABS делает поездку на автомобиле более безопасной, и поэтому это обязательная опция на законодательном уровне.

Для большинства современных покупателей легковых автомобилей мощность уходит на второй план – намного важнее комфорт, удобство и безопасность, внешний дизайн. Покупатели премиум автомобилей оценивают сперва безопасность и комфорт, затем – управляемость. В сегменте массового спроса более важен внешний вид и цена [2].

Кроме технологических инноваций на рынке легковых автомобилей присутствуют маркетинговые и финансовые инновации, которые более выгодны – при меньших вложениях приносят больше прибыли. Возврат

автомобильной промышленности к инновационной стратегии развития с инженерной точки зрения, невозможен, поскольку покупатели не готовы к принципиально новому продукту, они стремятся обладать комфортабельной и красивой машиной.

Российский рынок легковых автомобилей к началу 2019 года впервые за период с 2015 года показал положительную динамику развития. На начало 2019 года средневзвешенная цена нового легкового автомобиля в стране увеличилась на 7 % по сравнению с ценами 2018 года и составила 1,42 млн руб.



Динамика авторынка России в сентябре 2019 г.

В настоящее время массовый сегмент автомобильного рынка демонстрирует падение на 1,5 % при одновременном росте премиум сегмента на 2,1 % (рисунок) [3].

В связи с данными фактами, продавцы легковых автомобилей стремятся тщательно изучать особенности рыночного спроса и изменения в ассортименте легковых автомобилей.

Ожидалось, что в 2019 году в продаже должно появиться 67 моделей автомобилей, соответствующих современным запросам покупателей.

В настоящее время число российских производителей легковых автомобилей сократилось за счет локализации сборочных производств иностранных производителей. Таким образом, лидирующие позиции в производстве автомобилей занимают иностранные модели.

В настоящее время около 60 % произведенных в стране легковых автомобилей – это модели, спроектированные на базе ведущих мировых автопроизводителей, 29 % российского производства легковых автомобилей спроектированы на базе российских автомобильных площадок.

Сборочные локализованные производства практически не передают достижения в областях инжиниринга и развития технологий, поэтому, не могут ускорить развитие национальной экономики. Сборочные производства формируют добавленную стоимость на территории страны на этапе конечных операций. Часть добавленной стоимости формируется за рубежом.

На основе современных данных построен прогноз рыночных показателей автопромышленности России до 2025 года (таблица).

Прогноз показателей эффективности автопромышленности России

Показатель	Сегмент	2019	2022	2025
Базовый прогноз				
Объем производства	Легковых автомобилей, млн шт.	1,5	1,83	2,21
	Легких коммерческих автомобилей, млн шт.	0,16	0,19	0,22
Объем рынка	Легковых автомобилей, млн шт.	1,64	1,94	2,23
	Легких коммерческих автомобилей, млн шт.	0,17	0,19	0,22
Оптимистичный прогноз				
Объем производства	Легковых автомобилей, млн шт.	1,55	1,98	2,54
	Легких коммерческих автомобилей, млн шт.	0,17	0,2	0,25
Объем рынка	Легковых автомобилей, млн шт.	1,69	2,08	2,53
	Легких коммерческих автомобилей, млн шт.	0,17	0,21	0,24

Основные отечественные инновации, обладающие наибольшим потенциалом, связаны с электрификацией и внедрением телекоммуникационных технологий в автомобилях [1].

Для России важнейшей инновацией является повышение экологичности автомобилей за счет использования газового топлива и развития технологий автономного вождения для решения проблем повышения мобильности лиц с ограниченными возможностями.

Технологии помощи водителю и системы автономного вождения развиваются под воздействием государственных требований в отношении выбросов углекислого газа, экономии топлива, а также спроса на повышение безопасности и высвобождение времени водителя и опции для людей с ограниченными возможностями и пожилого возраста.

Глобальное внедрение телекоммуникационных технологий в транспортных системах обусловлено необходимостью повышения безопасности вождения.

С точки зрения потребителя мотивация перехода на газ определяется возможностью снижения эксплуатационных затрат за счет разницы в стоимости топлива.

Рынок электромобилей России отстает от мирового на минимум на 4 года. Ожидается, что доля электромобилей в общем объеме продаж легковых автомобилей в России в 2020 г достигнет 1,5 %.

Библиографический список

1. Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации до 2025 года. [Эл.ресурс] - URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71835572/>
2. Интервью с Казуси Иосида, управляющим директором «Субару Мотор». [Эл.ресурс] - URL: <https://www.autostat.ru/interview/20830/>
3. Лузина М. Динамика российского авторынка в сентябре 2019 года. [Эл.ресурс] - URL: <https://www.autostat.ru/infographics/41309/>

УДК 331.102.1

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ КАК ОСНОВА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

М.Ф. Замятина,
главный научный сотрудник
Института проблем региональной экономики РАН

Аннотация. В статье обосновывается необходимость перехода стратегического управления предприятия на принципы устойчивого развития, рассматриваются основные изменения институциональной среды в России и зарубежом, способствующие этому переходу, опыт крупнейших российских корпораций в этой области.

Ключевые слова: стратегический менеджмент; стратегия; устойчивое развитие, цели устойчивого развития; экономическая, социальная, экологическая составляющая устойчивого развития предприятия.

STRATEGIC MANAGEMENT AS A BASIS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

M. Zamyatina,
Chief researcher
Institute of Regional Economy Problems
of Russian Academy of Sciences

Abstract. The article substantiates the need to transfer the strategic management of the enterprise to the principles of sustainable development, considers the main changes in the institutional environment in Russia and abroad, contributing to this transition, the experience of the largest Russian corporations in this area.

Keywords: strategic management; strategy; sustainable development, sustainable development goals; economic, social, environmental component of sustainable development; enterprises.

Современные представления об устойчиво развитии бизнеса имеют давнюю историю и стали активно разрабатываться исследователями уже в 80-е – 90-е годы XX века. В дальнейшем в формирование этих представлений существенный вклад на международном уровне был внесен в 1992 (Конференция ООН по окружающей среде и развитию) и 2012 (Конференция ООН по устойчивому развитию Рио +20) годах, а главным событием последнего десятилетия, оказавшим значительное влияние, стало принятие «Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года», 17 глобальных целей устойчиво развития (ЦУР) и Парижский саммит по изменению климата.

Новое понимание стратегического менеджмента исходит из того, что бизнес в устойчивом развитии страны и ее регионов играет определяющую роль, поскольку именно компании, осуществляющие экономическую деятельность, являются источниками загрязнений окружающей среды. Реализация концепции устойчивого развития, в которой три составляющие (экономическая, социальная, экологическая), рассматриваются как равнозначные и взаимосвязанные, вносит коррективы и в стратегический менеджмент компаний. Концепция устойчивого развития предприятий основывается на таких источниках экономического роста, реализация которых снижает негативное воздействие на экосистемы данной территории. Кроме того, для предприятий, планирующих выход на мировой рынок, в разрабатываемых стратегиях следует учитывать, что экологические факторы конкурентоспособности продукции приобретают решающее значение и их недоучет увеличивает риски промышленных компаний и обостряет проблему конкурентоспособности.

Отмеченные выше глобальные инициативы внесли существенные коррективы в функционирование мирового рынка. В числе мировых тенденций, важных для стратегического развития компаний и их устойчивого развития: изменение экономического ландшафта (переход от линейной модели экономики к «зеленой» и циркулярной экономике); активное развитие социально ответственного инвестирования с учетом факторов ESG (экологические, социальные, нормативно-управленческие); перераспределение финансовых потоков на основе трансформации финансовой системы с ориентацией её на ЦУР; рост числа и использования биржевых индексов устойчивого развития (ESG); учет ЦУР в разработке стратегий, программ проектов компаний; развитие публичной нефинансовой отчетности компаний с учетом ESG-факторов.

Так, по оценке зарубежных экспертов на основе проведенных опросов большого числа инвесторов, возрастет число инвесторов, которые считают, что нефинансовая информация при принятии решений играет решающую

роль. По данным исследования, проведенного в 2018 году доля инвесторов, не принимающих во внимание этот фактор, составляет всего 4%, в то время как в 2017 году – 32% [1]. В перспективе отмеченные факторы ESG будут учитываться все в большей степени в кредитном анализе, кредитном рейтинге, инвестиционном анализе, что необходимо учитывать в стратегическом управлении предприятиями.

Развитые страны уже переориентировали свои стратегии на «зеленый» рост и циркулярную экономику, а изменившиеся институциональные условия переориентируют бизнес на устойчивое развитие, что отражается в стратегиях, разрабатываемых компаниями.

Поэтому компании, способствующие достижению целей устойчивого развития и понимающие, что их долгосрочное будущее связано с рынками экономически стабильными, социально справедливыми и устойчивыми по отношению к окружающей среде, лидируют в устойчивом развитии сегодня и станут чемпионами мировой экономики в будущем [2].

Переход к стратегическому менеджменту на принципах устойчивого развития характерен в России, прежде всего, для крупных корпораций, работающих не только на российском, но и на зарубежных рынках [3]. Так ГК «Сегежа» - один из крупнейших российских вертикально интегрированных лесопромышленных холдингов - учитывает в своей работе международную повестку участия бизнеса в гармоничном развитии экономической, экологической и социальной сферы жизни общества. В компании разработана «Дорожная карта» по реализации стратегии, определяющая ключевые направления развития компании в области устойчивого развития, а управленческая практика по достижению ЦУР отражена в «Стратегии развития корпоративной социальной ответственности и благотворительности Segezha Group до 2025 года». В 2016 году совместно с WWF России компания выступила с инициативой создания первого рейтинга экологической ответственности компании лесного сектора России.

Руководство ПАО «Северсталь» - одной из ведущих вертикально интегрированных горнодобывающих и сталелитейных компаний в мире считает, что деятельность компании базируется на убеждении, что снижение техногенного воздействия на окружающую среду способствует росту качества жизни людей и повышает конкурентоспособность самой компании. Реализуемые стратегии, проекты, программы в сфере устойчивого развития предполагают баланс экономических, экологических и социальных составляющих, а для достижения ЦУР компания разрабатывает стратегию и реализует политику, прежде всего по направлениям в сфере экологии и социально-экономического развития регионов присутствия. Компания разделяет принципы политики устойчивого развития Всемирной ассоциации производителей стали, в которой отражены лучшие практики взаимодействия с обществом российского и мирового бизнеса.

ПАО АФК «Система» - публичная диверсифицированная компания, один из крупных частных инвесторов в экономику России – соотносит свою

бизнес-стратегию с глобальными и национальными задачами устойчивого экономического роста, повышения качества жизни людей и сохранения окружающей среды, стимулирует развитие экономической, социальной и экологической сфер, инвестируя в системообразующие, инфраструктурные, инновационные активы. Проекты корпорации соединяют разные ЦУР, способствующие модернизации промышленности. В числе экологических целей и задач компании сохранение устойчивого баланса между потребностями экономического роста и сохранением экосистем.

ПАО «МТС» занимается вопросами устойчивого развития с 2008 года, выступает в поддержку ЦУР до 2030 года и стратегических документов по вопросам устойчивого развития стран, находящихся в зонах присутствия. В числе экологических проектов компании проект «Мобильные технологии для экологии». Руководство и сотрудники МТС полностью разделяют принципы устойчиво развития, когда бизнес несет ответственность за последствия принятых решений и их влияние на качество жизни общества. Примером такого подхода является идея экоупаковки, возникшая в 2013 году как часть общей стратегии по развитию экологически безопасного бизнеса. За три года существования проекта было выпущено 32 млн сим-карт в экологической упаковке и далее все сим-карты будут поставляться и продаваться только в такой упаковке, поскольку на нее уже получен Экологический сертификат соответствия.

Принципы устойчивого развития интегрированы в стратегию Сибирской Угольной Энергетической Компании (АО «СУЭК»), стратегические приоритеты устойчивого развития закреплены в корпоративных документах и политических (экологическая, информационная, корпоративная, социальная политики, промышленная безопасность и охрана труда, охрана здоровья, политика в области качества и др.). Стратегия СУЭК на принципах устойчивого развития позволяет представить результаты ее реализации в более широком контексте, показать вклад СУЭК в достижение ЦУР.

Для компании HEINEKEN устойчивое развитие является основным принципом работы. В 2018 году компания присоединилась к программе «Зеленый кодекс», которую в 2017 году Санкт-Петербургская международная бизнес-ассоциация представила в Законодательном собрании Санкт-Петербурга. В его основу заложены десять принципов экологичного поведения, которым добровольно следуют предприятия, работающие в Санкт-Петербурге и на прилегающих территориях. Компания разрабатывает амбициозные планы до 2030 года в соответствии с резолюцией Парижского саммита по изменению климата, считая, что ЦУР представляют надежную платформу, придающую импульс усилиям компании по сохранению природных ресурсов. С 2011 года компания реализует глобальную стратегию устойчивого развития («Варим пиво, делая мир лучше»), в которой установлены целевые показатели до 2020 года [4].

В России сформировался ряд объединений, действующих в разных направлениях устойчивого развития такие как Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), Ассоциация «Национальная сеть участников Глобального договора по внедрению в деловую практику принципов ответственного ведения бизнеса», Российский национальный комитет содействия программ ООН по окружающей среде (ЮНЕП КОМ), Российское партнерство за сохранение планеты и др.

Однако в отличие от крупнейших корпорация, где стратегическое управление осуществляется на принципах устойчивого развития, крупные, средние и малые предприятия значительно в меньшей степени реализуют такой подход. По данным опроса, проведенного РСПП в 2017 году среди крупных, средних и малых компаний, только треть опрошенных указали, что снижение негативного экологического воздействия и влияние на изменение климата являются одним из главных направлений деятельности компаний.

По данным опроса, проведенного нами совместно с Санкт-Петербургским отделением РСПП, 23% опрошенных полагают, что экологизация промышленного производства целесообразна только при наличии дополнительных ресурсов, а 9% считают этот процесс нецелесообразным в современных условиях; 35% отмечают, что экологический менеджмент лишь частично интегрирован в систему внутрифирменного менеджмента, а 15% - что этот вид менеджмента в компании развит слабо; 23% респондентов не видят смысла в сертификации производства по международному стандарту ISO-14001; 14% не считают важным внедрение НДТ, а 45% как основную проблему внедрения НДТ выделили отсутствие финансовых ресурсов; 23% отметили, что все отходы поступают на захоронение и только 5% указали, что перерабатывают отходы самостоятельно и привлекают другие компании; то, что условия переработки отходов других компаний на предприятии отсутствуют указали все опрошенные [5].

Изменения институциональных условий, деятельность отмеченных выше ассоциаций оказывают влияние на российский бизнес и способствуют переориентации стратегического менеджмента предприятий на принципы устойчивого развития.

Так, РСПП разработал «Национальный регистр и библиотеку корпоративных нефинансовых отчетов», в котором регистрируются нефинансовые отчеты компаний. С 2000 года по февраль 2019 года было зарегистрировано 176 компаний и 924, выпущенных ими отчета. В феврале 2008 года на съезде РСПП была принята Социальная хартия российского бизнеса, в которой в число принципов ответственной деловой практики был включен принцип сохранения окружающей среды как важнейшей человеческой ценности.

Утверждена Концепция развития публичной нефинансовой отчетности (Распоряжение Правительства РФ №876-р от 5 мая 2017 года), которая направлена на совершенствование системы стимулирования российских

компаний к повышению информационной открытости и прозрачности результатов воздействия их деятельности на общество и окружающую среду.

Влияние на стратегический менеджмент отечественных предприятий оказывают изменения нормативно-правовой базы и, прежде всего, принятие 219 ФЗ об экологической промышленной политике; переход на новую систему технологического регулирования в сфере охраны окружающей среды, на третьем этапе которой (2025 г.) предусмотрено распространение новых требований на все крупные предприятия; изменения в федеральном законодательстве в 2014-2017 гг. в сфере обращения с отходами производства и потребления, включая Стратегию развития промышленности по обработке, утилизации и обезвреживанию отходов производства и потребления до 2030 года (Распоряжение Правительства РФ №84-р от 25.01.2018 г.) и др. Соответственно можно предположить, что число российских компаний, реализующих стратегии устойчивого развития будет расти несмотря на сложную экономическую ситуацию.

Таким образом, в настоящее время стратегическое управление предприятием, сохраняя традиционный подход (опора на человеческий капитал компании, умение проводить необходимые организационные изменения и ориентировать деятельность на запросы потребителей, что позволяет добиться конкурентных преимуществ) должно основываться на принципах устойчивого развития и учитывать необходимость реагирования на современные глобальные вызовы (экологический, технологический, климатический).

Библиографический список

1. EY “Does your nonfinancial reporting tell your creation story?”, 2018 URL: <http://www.ey.com/publication/vwl.CTAssets/ey-ccass-curvey-2018-report/SFILE-ccass-survey-2018-report.pdf>.
2. Jeremic V., Sachs J. The United Nations in the Age of sustainable Development, UN Panel Discussion. 2013. 34 p.
3. Российский бизнес и цели устойчивого развития: сборник корпоративных практик / Е.Н. Феоктистова, Н.И. Хофман, Д.Р. Пуртова. РСПП, М., 2018.
4. Веселова Е. Стратегия устойчивого развития бизнеса HEINEKEN в России // Окружающая среда Санкт-Петербурга. 2019. 1 (11) март. С.41.
5. Замятина М.Ф., Фесенко Р.С. Экологизация деятельности хозяйствующих субъектов как драйвер экономического развития российских регионов // Факторы развития экономики России: сборник трудов IX Международной научно-практической конференции. – Тверь: Тверской государственный университет, 2017. С. 106-111.

ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА СТРАН МИРА

Н.Г. Иванова,

доцент

К.Д. Бизюкова,

студент

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России,

Аннотация. В статье представлена существующая структура невозобновляемых топливно-энергетических ресурсов, выявлены общие тенденции развития топливной промышленности большинства стран мира. Изучен потенциал практического использования альтернативных источников энергии в направлении обеспечения безопасности и экологичности их производственного процесса.

Ключевые слова: ресурсы, нефть, газ, уголь, добыча, потребление, возобновляемые и невозобновляемые источники энергии, энергетика.

GENERAL TRENDS OF THE FUEL AND ENERGY COMPLEX DEVELOPMENT OF THE COUNTRIES OF THE WORLD

N. Ivanova,

Associate professor,

K. Bizyukova,

Student,

St. Petersburg University of Russia Emergency Situations Ministry SFS

Abstract. The article presents the existing structure of non-renewable fuel and energy resources, identifies general trends in the development of the fuel industry in most countries of the world. The potential of the alternative energy sources practical use in the direction of ensuring the safety and environmental friendliness of their production process has been studied.

Keywords: resources, oil, gas, coal, mining, consumption, renewable and non-renewable energy sources, power industry

Топливо-энергетический комплекс является одной из важнейших частей хозяйственной деятельности страны и играет важную роль в экономике страны. Из множества сфер, включенных в него, основополагающей является добыча и переработка полезных ископаемых и их транспортировка до потребителя. Тенденцией современной мировой энергетики является активное применение возобновляемых источников энергии [11]. Это связано с тем, что в настоящее время в большинстве стран источниками энергии являются ограниченные невозобновляемые природные

ресурсы (нефть, природный газ, уголь, другие минеральные ресурсы), имеющие предел своих возможностей. Ограниченность этих ресурсов и вынуждает искать альтернативы.

Ниже на примере 4 стран будут рассмотрены показатели добычи и потребления топливно-энергетических ресурсов (ТЭР) за период 2016-2018 гг. (табл 1). Выбор стран объясняется примерно близкими величинами использования нефти, природного газа и угля попарно: в богатейших, природными ресурсами, странах, как США и Россия, и в меньшей степени, как Бразилия и Казахстан.

Таблица 1.

Динамика изменения показателей добычи и потребления топливных ресурсов исследованных стран за период 2016-2018 гг. [10]

Страна / ресурс	Добыча / Потребление								
	нефть, млн т			природный газ, млрд м ³			уголь, тыс т		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
США	542 / 869	574 / 877	669 / 893	727 / 749	746 / 739	832 / 817	661 / 340	703 / 331	685 / 317
Россия	556 / 148	554 / 146	563 / 146	589 / 421	636 / 431	670 / 455	387 / 89	413 / 84	413 / 88
Бразилия	136 / 137	142 / 140	141 / 141	24 / 37	27 / 38	25 / 36	6 / 16	4 / 16	3 / 16
Казахстан	77 / 14	87 / 14	91 / 16	23 / 16	23 / 16	24 / 19	103 / 34	112 / 36	118 / 40

На основе данных табл. 1 рассчитаем темпы прироста показателей добычи и потребления всех стран за период 2016-2018 гг. (табл. 2).

Таблица 2.

Рассчитанные темпы прироста показателей ТЭР США, Бразилии, России и Казахстана за период 2016-2018 гг., %

Страна / ресурс	Нефть		Природный газ		Уголь	
	добыча	потребление	добыча	потребление	добыча	потребление
США	23,43	2,76	14,44	9,08	3,63	- 6,76
Россия	1,26	- 1,35	13,75	8,08	6,72	- 1,12
Бразилия	3,68	2,92	4,17	- 2,70	- 50	0
Казахстан	18,18	14,28	4,35	18,75	14,56	17,65

Для всех исследуемых стран по приоритету представленные виды топлива распределяются в следующей последовательности: природный газ, нефть, уголь, что подтверждает динамика рассчитанных темпов прироста их потребления. Отсюда не случайна ведущаяся борьба между странами за разведанные природные ресурсы. Примерами могут служить противостояние между развитыми странами из-за строительства Газпромом «Северного потока – 2» из России в Германию по дну Балтийского моря; свержение национальных лидеров в крупнейших нефтедобывающих странах, таких как Ирак, Ливия, или продолжающаяся попытка его свержения в Сирии и т. д.

Очевидно, основная борьба в мире сейчас идет за нефть. Для России, Бразилии и Казахстана характерна тенденция удовлетворения потребностей страны добытой нефтью. Кроме этого, Россия и Казахстан экспортируют нефть в Нидерланды, Германию, Италию, Францию, Китай и другие страны.

Потребление угля в США и России снижается на фоне неизменного его потребления в Бразилии и значительного роста в Казахстане, на долю которого приходится около 4 % мировых запасов угля [3].

В каждой стране минерально-сырьевая база различна и каждой стране необходим определенный объем ресурсов, при котором она не будет нуждаться в других. Страны по-своему распределяют данные ресурсы. Одним из факторов распределения является численность населения и то, сколько в определенной стране требуется ресурсов для этого количества людей. Поскольку данные источники топлива являются невозобновляемыми, их количество в недрах земли в скором времени истощится, так как они добываются в течение долгого периода и с каждым годом их добыча увеличивается.

До 2050 г. нефть, газ и уголь сохранят доминирующие позиции в первичном топливно-энергетическом балансе планеты, на их долю будет приходиться до 70 % вырабатываемой энергии, сегодня эта цифра превышает 80 %. Но перераспределение между этими ресурсами все же произойдет. Сегодня на первом плане стоит нефть и далее следуют уголь и газ, но в будущем нефть уступит газу лидирующие позиции, сравнительные преимущества которого заключаются в объеме запасов и экологичности [4].

По прогнозу нефтегазовой компании BP, к 2030 г спрос на газ превысит спрос на нефть [1]. Причиной такого роста является увеличение объемов его использования в энергетике и промышленности. Но запасы природного газа также не вечны, поэтому необходимо искать альтернативные источники энергии [13]. Альтернативными источниками энергии могут быть, как и природные возобновляемые ресурсы, такие как: солнце, ветер, водные ресурсы, так и дополнительные вспомогательные топливные ресурсы: горючий сланец, водородная энергия и др.

В настоящее время во многих странах уже используют альтернативные источники энергии, но они имеют малый вес в сравнении с использованием ограниченных природных ресурсов, так как требуют огромных вложений в современные прогрессивные технологии их добычи.

Научный прогресс, развитие производства, численность населения – все это с каждым годом требует большей эксплуатации природных ресурсов. Общим мировым трендом становится инновационное развитие энергетике, внедряющее «умные сети», «умную энергосистему», другие интеллектуальные технологии, максимально снижающие воздействие на окружающую среду [12].

Солнечная энергия является одним из перспективных и активно развивающихся видов альтернативных источников энергии, что подтверждают данные табл. 3. У применения солнечных панелей есть

преимущества (использование неисчерпаемого возобновляемого источника энергии, отсутствие загрязнения окружающей среды вредными веществами, возможность обеспечения отдаленных от энергосети районов), но имеются и недостатки (зависимость от погоды, сезона, времени суток) [15].

Таблица 3.

Динамика изменения потребления солнечной энергии исследуемых стран за период 2016-2018 гг., тераватт/ч [10]

Страна / год	2016	2017	2018
США	55,4	78,1	97,1
Россия	0,5	0,5	0,6
Бразилия	0,1	0,8	3,1
Казахстан	0,1	0,1	0,1

Проанализировав табл. 3, видно, что Бразилия как одна из самых солнечных стран, быстрее всех наращивает производство солнечной энергии (за период 2016-2018 гг. ее потребление возросло в 31 раз). США также увеличила потребление солнечной энергии на 76,4 %, а Россия – на 20 % за аналогичный период, что свидетельствует о развитии нового источника энергии. Показатели Казахстана не изменились, поскольку средства на его развитие не выделяются, но необходимый потенциал есть, так как его климатические и погодные условия позволяют использовать солнечные панели как альтернативный источник энергии [13].

К сожалению, не все страны обладают условиями для установки солнечных панелей. Территория России крайне велика и разнообразна, поэтому не все ее части способны получать энергию таким способом. Наиболее перспективными для развития солнечной энергетики являются юг Европейской части страны, особенно Краснодарский и Ставропольские края, Ростовская, Волгоградская и Астраханская области [2].

Кроме солнечной энергии Бразилия активно потребляет и другие возобновляемые ресурсы, например, растительное топливо. Она является одной из первых стран в Латинской Америке, где энергия волн была преобразована в электрическую энергию [7].

Также в мире возрос интерес к водородной энергетике. Причинами этого являются: запасы водорода практически не ограничены, с его помощью возможно накопление энергии, и он является универсальным видом энергоресурса [1]. В настоящее время водородные топливные элементы обеспечивают энергией городские автобусы и железнодорожный транспорт. Проблема минимизации затрат на производство водорода затрудняет процесс внедрения его как источника энергии, что на данный момент не делает его полноценной альтернативой другим ресурсам.

По данным нефтегазовой компании ВР, возобновляемые источники энергии будут являться крупнейшим источником электроэнергии к 2040 году [10]. Это означает, что тенденция перехода на альтернативные источники энергии будет возрастать с каждым годом, а это положительно влияет, как на экономику страны, поскольку затраты на добычу невозобновляемых ресурсов сократятся, так и на экологию.

Библиографический список

1. Аль-Бермани А.Г. Создание технологий водородной энергетики / А.Г. Аль-Бермани // Молодой ученый. – 2014. – № 18. – С. 217-219.
2. Вопросы и ответы о возобновляемых источниках энергии.– URL: <http://www.rushydro.ru/press/material/26712.html>.
3. Запасы угля в Казахстане. – UGLEX– URL: <http://uglex.com/articles/232-zapasy-uglya-v-kazakhstane.html>.
4. Захаров А. Глобальная энергетическая проблема: новые вызовы и угрозы, возможности их преодоления / А. Захаров // Вестник МГИМО-университета. – 2017. – № 1. – С. 187-200.
5. Ибрагимова И.Х. Проблемы энергетических ресурсов / И.Х. Ибрагимова, А. Халикова // Молодой ученый. – 2017. – № 3. – С. 96-98.
6. Иванова Н.Г. Вектор развития экономики России: от индустриально-сырьевой модели к инновационной /Инновационная экономика и промышленная политика региона (ЭКОПРОМ-2016): тр. Междунар. науч.-практ. конф. / под ред. А.В. Бабкина. – СПб.:Изд-во политехн. ун-та, 2016. – С. 42-47.
7. Как энергию волн в Бразилии превращают в электричество.– 2014. – URL: <https://rodovid.me/>.
8. Международное энергетическое агентство– URL: <https://www.iea.org/>.
9. Обсерватория экономической сложности [Эл. ресурс]. – URL: <https://oec.world/ru/>.
10. Официальный сайт транснациональной нефтегазовой компании [Эл. ресурс]. – URL: <https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/energy-outlook.html>.
11. Прогноз развития мировой энергетики мира и России – 2019. – URL: <https://energy.skolkovo.ru/downloads/documents/>
12. Рогозина В.В. Тенденции инновационного развития электроэнергетики России / В.В. Рогозина, Н.Г. Иванова // Успехи в химии и химической технологии: сб. науч. тр. Т. XXXI. № 7 (188). – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2017. – С. 70-72.
13. Самойленко А.Г. Развитие возобновляемой энергетики в Республике Казахстан: взгляд на международный опыт / А.Г. Самойленко // Молодой ученый. – 2018. – № 11. – С. 238-241.
14. Управление энергетической информацией США. – URL: <https://www.eia.gov/>.
15. Шульга К.С. Гибридные солнечные коллекторы / К.С. Шульга, Ю.О. Астапова, А.Е. Астапов // Молодой ученый. – 2016. – № 17. – С. 101-105.

ФРИЛАНС – СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ.

Р.В. Колесников

преподаватель

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Фриланс как новая форма организации труда играет существенную роль на рынке труда. В развитых странах, около 5 % всего экономически активного населения работают исключительно по схеме фриланса, в то же время около 37 % экономически активного населения занимается фрилансом периодически. Автор рассматривает преимущества и недостатки фриланса в России.

Ключевые слова: фриланс, организация труда, удалённая работа, гибкость, глобализация.

FREELANCE - MODERN FORM OF LABOR ORGANIZATION: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES.

R. Kolesnikov

Lecturer

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. Freelance, as a new form of labor organization, plays a significant role in the labor market. In developed countries, about 5% of total economically active population works only as freelancers, at the same time, about 37% of economically active population does freelance jobs periodically. The author considers the advantages and disadvantages of freelance in Russia.

Keywords: freelance, work organization, remote work, flexibility, globalization.

Фриланс — это современная форма организации труда, которая позволяет работодателю нанимать для выполнения определенной задачи человека, не зачисляя его в штат фирмы. Работник может находиться в другом городе или даже в другой стране, но может работать и в офисах заказчика. Такая гибкая система позволяет заказчику решать практически неограниченный круг задач - от простой первоначальной обработки входящих данных до разработки сайтов и мобильных приложений "под ключ", Фрилансеру же открывается возможность найти подходящую по загруженности работу - от работы на несколько часов до работы над постоянным проектом [2]..

Драйверами роста рынка фриланса служат: развитие телекоммуникационных сетей, глобализация рынка труда, ограниченность локальных рынков труда, стремление хозяйствующих субъектов к сокращению издержек, запрос со стороны работников на более гибкие условия труда, а также возможность дополнительного заработка без отрыва от основного места работы.

В развитых странах, таких как страны европейского союза и США, уже сейчас около 5 % всего экономически активного населения работают исключительно по схеме фриланса и наблюдается тенденция роста числа фрилансеров. Так, например, в США в 2015 г исключительно фрилансом было занято 1,2 % экономически активного населения, на конец 2018 г эта цифра выросла до 5,3 % от всего экономически активного населения. В тоже время, общее количество человек, занимающихся фрилансом как на постоянной основе, так и периодически, на конец 2018 года составило 56,7 млн. человек, что составляет 37,2 % от всего экономически активного населения США (152,5 млн. человек) [1].

Как и любая другая форма организации труда, фриланс обладает своими преимуществами и недостатками как для работодателя, так и для фрилансера. *Преимущества для фрилансера:*

- Независимость.
- Свободный график работы.
- Возможность работать дома, что подразумевает максимально комфортные условия труда.
- Проще организовать свой бизнес ввиду меньших затрат.
- Выполнение только своей работы.
- Оптимальный баланс работа/личная жизнь.
- Самостоятельный выбор работы и партнёров.

Данные преимущества, в основном, относятся к классической работе фрилансером, когда человек ищет подходящий временный проект или задание и выполняет его в течение оговоренного времени и за единоразовую заранее оговоренную плату. Если же речь идёт о работе фрилансером на долгосрочном проекте, то некоторые преимущества теряются. Например, при работе над долгосрочным проектом, работодатель может требовать более фиксированного рабочего графика, с заранее обозначенными рабочими днями и временем.

Преимущества для работодателя:

- Оплата только за выполненную работу.
- Возможность привлекать высококлассных специалистов из других регионов.
- Экономия на организации рабочего места.
- Отсутствие необходимости предоставлять социальные гарантии.
- Минимальный документооборот и отчётность.
- Возможность прекратить сотрудничество с фрилансером в любой момент.

Недостатки для фрилансера:

- Самостоятельный поиск заказов.
- Неравномерность дохода.
- Проблемы с банковским кредитованием.
- Самостоятельное ведение бухгалтерской и налоговой отчетности.
- Отсутствие социальных гарантий.
- Возможные проблемы с будущим пенсионным обеспечением.
- Риск мошенничества со стороны заказчика.

Недостатки для работодателя:

- Сложности с контролем процесса выполнения работы.
- Риск мошенничества со стороны фрилансера.
- Проблемы, возникающие при работе с конфиденциальной информацией.
- Невозможность привлечения фрилансера к некоторым видам работ.
- Возможные проблемы с оплатой услуг фрилансера.
- Сложности с привлечением фрилансера к долгосрочным проектам.

Как видно, фрилансу присущи свои преимущества и недостатки. Недостатки, в первую очередь, связаны с проблемами оформления документов и организацией оплаты труда, что связано с несовершенством законодательства. Преимущества заключаются в гибкости данного подхода к организации труда для обеих сторон.

Фриланс как форма организации труда позволяет обеим сторонам – фрилансеру и работодателю более гибко подходить к формированию рабочего процесса, находить наиболее рациональные решения стоящих задач, а также экономить на издержках.

Библиографический список:

1. Бычков А.А. Фриланс. Как зарабатывать больше, забыв про офис и дресс-код. - М.: АТС, 2019. - 320 с.
2. Саленбахер Ю. Создайте личный бренд. - М.: МИФ, 2018. 240 с.

УДК 656.078

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

А.А. Копанская,
аспирант

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Производственная деятельность на предприятии является сложной многокомпонентной структурой. В статье рассмотрены основные функциональные области логистической деятельности на промышленных предприятиях. Выделены методы управления логистикой в

производственной деятельности в соответствии с современными системным и кибернетическим подходами.

Ключевые слова: логистическая деятельность; управление промышленными предприятиями; методы управления производственной деятельностью.

METHODS OF MANAGEMENT OF PRODUCTION ACTIVITY INDUSTRIAL ENTERPRISE

A. Kopanskaya,
Postgraduate

Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. Logistic activity at the enterprise is a complex multicomponent structure. The article deals with the main functional areas of logistics activities in industrial enterprises. The methods of logistics management in production in accordance with modern system and cybernetic approaches are identified.

Keywords: logistic activity; management of industrial enterprises; methods of management of logistic activity

К основным задачам любого промышленного предприятия, ориентированного на эффективную и продуктивную деятельность, можно отнести максимальное получение прибыли, достижение устойчивых конкурентоспособных преимуществ, создание благоприятного имиджа для потенциальных покупателей и пр. Логистика является важным элементом функционирования любой компании и координирует движение материальных, информационных и финансовых потоков.

Рассмотрим основные направления управления производственной деятельностью на предприятии:

1. Управление цепями поставок (Supply Chain Management, SCM) представляет собой процесс организации планирования, координации и управления снабжения, производства, складирования, а также доставки до потребителя готовой продукции или услуг. Главная задача SCM обеспечить потребителя необходимым товаром в нужное время, в нужном количестве с минимальными издержками [4].

2. Система управления ресурсами направлена на оптимальное использование ресурсов. В настоящее время используется ряд интегрированных систем, таких как ERP, MRP, MRPII, которые позволяют планировать и управлять материальными потоками. ERP- системы представляют собой набор интегрированных приложений, позволяющих создать единую среду для автоматизации планирования, учета, контроля и анализа всех основных бизнес-операций в масштабе предприятия, например, таких как управление активами, планирование производственных ресурсов, контроль за выполнением планов. MRP и MRP II - стратегия производственного планирования, включающая учёт заказов, планирование

загрузки производственных мощностей, планирование потребности во всех ресурсах производства (материалы, сырьё, комплектующие, оборудование, персонал), планирование производственных затрат, моделирование хода производства, его учёт, планирование выпуска готовых изделий, оперативное корректирование плана и производственных заданий [4].

3. Концепция компьютерного интегрированного производства (Computer Integrated Manufacturing – CIM) связана с созданием полностью автоматизированного производства на основе ИТ-технологий. При помощи MRP и ERP функции планирования и управления взаимосвязаны с функциями выполнения планов, учета и управления заказами и отправке поставщикам. CIM добавляет в этот интегрированный набор возможности автоматизированного проектирования и оперативного управления цехами и оборудованием, что создает единое информационное пространство.

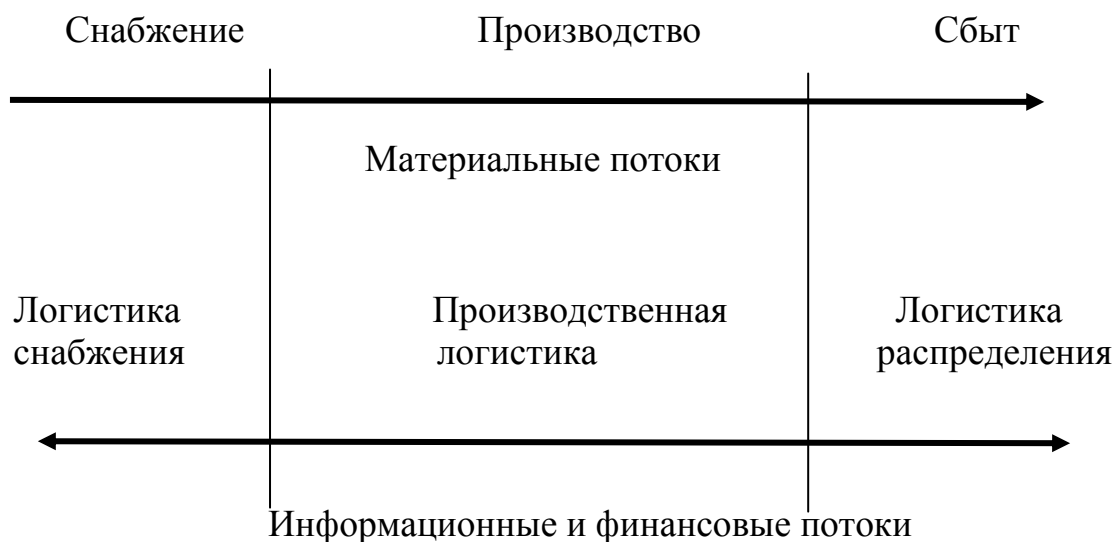
4. Метод планирования продаж и операций (S&OP) – интегрированный процесс управлением бизнесом, при котором достигается синхронизация между всеми функциями организации. Основная идея заключается в составлении ежемесячных прогнозов спроса, на основе которого производят необходимое количество продукции [3].

5. Маркетинг – управление производственно-сбытовой деятельностью предприятия, направлена на выявление нужд и потребностей рынков сбыта и обеспечение их удовлетворенности. В данном случае главным объектом внимания является не товар, а клиенты фирмы и их потребности.

Для решения логистических вопросов и задач можно отметить использование математических методов. Так, например, для выбора поставщика или логистического посредника можно использовать **метод анализа иерархий**. При таком методе высчитывается комбинированный весовой коэффициент каждого потенциального посредника в зависимости от выбранных критериев. Посредник с небольшим весом и будет являться оптимальным вариантом [1].

При решении межорганизационных конфликтов возможно применение **биматричных игр**. Теория игр изучает методы разрешения конфликтов и позволяет принять оптимальное решение в условиях неопределенности [1].

По функциональному признаку на промышленном предприятии можно выделить следующие виды логистики: логистика снабжения, производственная логистика, логистика распределения, транспортная логистика и информационная логистика (рисунок).



Функциональные области логистики на предприятии

В таблице представлена краткая характеристика основных видов логистики.

Виды логистики и их характеристика

Наименование	Описание сущности, чем занимается область логистики
Логистика снабжения	область логистики, связанная с планированием, заказом и закупкой сырья, полуфабрикатов, комплектующих для обеспечения производственного процесса.
Производственная логистика	область логистики, связанная с управлением материальных и информационных потоков на пути от склада материальных ресурсов до склада готовой продукции.
Логистика распределения	область логистики, связанная с управлением транспортированием, складированием и другими логистическими процессами доведения готовой продукции до потребителя.
Транспортная логистика	область логистики, занимающаяся транспортированием грузов с привлечением транспортных средств с минимальными затратами. Выделяют внутреннюю логистику, обеспечивающую внутрипроизводственные перевозки и внешнюю, обеспечивающую снабжение предприятие и сбыт готовой продукции.
Информационная логистика	область логистики, обеспечивающая обработку, управление координацию информационных потоков, связанных с логистической деятельностью.

Современные тенденции в области управления предприятием, в том числе и при управлении логистической деятельностью и ее элементами, основываются на системном и кибернетическом подходе. Системный подход заключается в объединении процессов снабжения, распределения, производства, транспорта и потребления и рассмотрении этих процессов как взаимосвязанных и взаимопроникающих друг в друга. При таком подходе логистика рассматривается как динамическая, целостная система и характеризуется определенными свойствами:

- 1 - сложность иерархической структуры;
- 2 - свойства целостности, где отдельные элементы могут не обладать свойствами целой системы;
- 3 - множественность целей, которые могут не совпадать с целями отдельных подсистем;
- 4 - сложные информационные процессы;
- 5 - многофункциональность;
- 6 - динамичность процессов [2].

При кибернетическом подходе представление логистических моделей опирается на положение, что всем объектам производственно-коммерческой деятельности присущи движение, изменение, процессы. В таком способе кибернетического отражения логистических систем наиболее важным элементом логистической системы является процесс. В таком случае логистическая система опирается на оптимальное преобразование входящих ресурсов и называется оптимально - потоковая. Важным элементом в кибернетических системах является обратная связь, которая создает взаимодействие между выходом из элемента и его входом. Обратная связь позволяет быстро реагировать на показатели и своевременно корректировать элементы системы [2].

Таким образом, при рассмотрении и выборе методов управления логистикой, последнюю необходимо рассматривать как целостную, динамичную систему. В этом случае при воздействии на процессы одного из элементов этой системы необходимо оценивать влияние на систему в целом.

Оптимальный выбор методов управления производственной, в том числе логистической деятельностью, является приоритетной задачей любого предприятия. Грамотно выбранная стратегия управления позволяет в значительной мере снизить издержки предприятия (например, за счет снижения производственных площадей, снижения складских запасов, увеличения производительности труда и пр.), оптимизировать финансовые расходы и повысить конкурентоспособность предприятия на рынке.

Библиографический список

1. Беркович В.М. Применение математических методов в управлении логистической деятельностью компании – М.: Вестник Московского университета, 2013, сер.21. Вып.2 -С.111-120.

2. Инновационный менеджмент логистических систем: коллективная монография / отв. ред. Н. П. Голубецкая. – СПб.: Санкт-Петербургская академия управления и экономики, 2010. – 368 с.

3. Электронный ресурс – Режим доступа URL: <https://bsc-consulting.ru/solutions/sales-planning> (дата обращения 08.08.2019)

4. Курносова-Юркова О.А. Современные методы управления логистическими бизнес-процессами на предприятиях – Донецк: Вестник ОНУ им. И.И.Мечникова, 2013. Т.18. Вып. 3/2. - С.78-82.

УДК 656.078

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ – ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

А.А. Копанская,
аспирант

М.Г.Трейман,
доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Возрастающее негативное антропогенное воздействие на окружающую среду и возникающие при этом экологические проблемы требуют перехода на более совершенные инновационные методы управления производством. В статье рассмотрены особенности экологических инноваций, основные направления их развития, а также проблемы внедрения экоинноваций в России и пути совершенствования этой деятельности.

Ключевые слова: инновационная деятельность, управление природоохранной деятельностью, экоинновации, охрана окружающей среды

ENVIRONMENTAL INNOVATIONS-A PROMISING DIRECTION FOR THE DEVELOPMENT OF MODERN ENTERPRISES

A. Kopanskaya,
Postgraduate

M. Treyman,
Associate professor

Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Annotation. The increasing negative anthropogenic impact on the environment and the resulting environmental problems require the transition to more advanced innovative methods of production management. The article discusses the features of environmental innovations, the main directions of their development, as well as the problems of introduction of eco-innovations in Russia and ways to improve this activity.

Keywords: innovative activity, environmental management, eco-innovations, environmental protection

Для обеспечения конкурентоспособности предприятиям постоянно требуется оптимизировать и модернизировать производственную и управленческую деятельность как для снижения производственных издержек, так и для соответствия правовым нормам современного законодательства. Это требует от компаний разработки и внедрения инновационных идей и моделей. Под инновацией понимают технические и экономические процессы, а также практическое использование изобретений и идей, основанных на использовании новых материалов и конструкций, внедрения новых процессов или новых организационных форм. Инновации направлены на получение экономического, экологического, научно-технического эффектов и охватывают весь спектр видов деятельности – от научных исследований и разработок до маркетинга.

Экологические инновации в России находятся только на начальном уровне формирования. На основе статистических исследований последних лет лидерами по применению экоинноваций являются: химическая отрасль, металлургия, производство табачной продукции, а также производство кокса и нефтепродуктов. Это объясняется тем, что в последнее время ужесточается законодательство для экологически опасных отраслей промышленности.

К основным проблемам, препятствующим активному развитию экоинноваций в России, можно отнести:

1. Экспорт природных ресурсов и сырьевой характер экономической деятельности государства.
2. Значительная природоемкость производства.
3. Производственное оборудование износилось и морально устарело на 60-80 % по ряду отраслей промышленности.
4. Экологическая политика государства недостаточно разработана.
5. Неблагоприятная экологическая обстановка во многих регионах страны [2,3].

Подобные негативные тенденции можно переломить только при переходе к инновационной экономике и глобальной модернизации производств.

Согласно Ю.Яковцу, выделяют два вида экологических инноваций. Инновации первого типа направлены на более полное вовлечение и рациональное использование природных ресурсов, разработку «зеленых» технологий, использование альтернативных видов энергии, а также создание технологий по рециклингу и вторичной переработки отходов. Инновации второго типа направлены на ужесточение мер в области охраны окружающей среды.

Основная задача, которую преследуют экоинновации – снижение антропогенной нагрузки на окружающую среду, а также предотвращение истощения природных ресурсов.

На рисунке представлены основные направления экологических инноваций с учетом стратегических интересов в области охраны окружающей среды.



Направление экологических инноваций [2]

В настоящее время выделяют следующие виды экологических инноваций:

1. Разработка и использование технологий энерго- и ресурсосбережения, внедрение биотехнологий, а также создание малоотходных и безотходных производств, ориентированных на комплексное освоение природных ресурсов.

2. Разработка новых экологичных продуктов, а также использование возобновляемых источников энергии.

3. Необходимо создать технологически новую функциональную комплексную систему, которая будет состоять из следующих этапов: получение ресурсов, переработка и воспроизводство ресурсов, их рециклинг [1].

4. Создание новых организационных форм для экологически опасных производств.

5. Создание нового экологоориентированного типа мышления.

В отличие от других типов инноваций экоинновации имеют ряд особенностей:

1. *Использование внешней выгоды.* В процессах внедрения экологические инновации упрощаются, их основным отличием можно

считать наличие внешних издержек, при их укрупнении экологические инновации ничем не отличаются от других типов инноваций.

2. *Регулирующая роль государства.* Основой развития и внедрения обычных инноваций является влияние рынка и научно-технологическое развитие. Для экоинноваций эти факторы не могут выступать в достаточной степени первоосновой и именно государство должно создать условия для приоритетного внедрения экологически ориентированных инноваций

3. Инновации социального и институционального вида тесно взаимосвязаны друг с другом. Внедрение экоинноваций связано со значительными затратами на внедрение, что приведет к увеличению цен на продукцию, чем может вызвать недовольство потребителей и дополнительные расходы с их стороны [4].

Экологические инновации должны являться неотъемлемой частью экономической деятельности предприятия. В реалиях нашей страны для перехода производства ориентированного на инновационный подход необходимо сформировать комплексный подход, который бы включал в себя следующие элементы:

1. Увеличение инвестиций в экологически безопасные и малоотходные технологии как со стороны государства, так и со стороны частного бизнеса.

2. Финансирование государством научно-исследовательской деятельности в области природопользования, а также содействие во внедрении и распространении экоинноваций.

3. Совершенствование законодательной базы, разработка правовых норм и актов, направленных на стимулирование осуществления экологических инноваций.

4. Разработка на предприятиях экологической стратегии развития производств, проведение грамотной экологической политики.

5. Обновление имеющихся производственных мощностей в соответствии с современными технологиями и требованиями к качеству выпускаемой продукции.

6. Проведение бюджетно-налоговых реформ [3].

Понимание необходимости разработки, внедрения и использования экологических инноваций на государственном уровне пока находится на начальных этапах. Однако постоянное ухудшение состояния окружающей среды и возрастание запроса со стороны населения на качественную среду и экологически безопасную продукцию в скором времени потребуют более жесткого государственного регулирования в области природопользования, что в свою очередь будет стимулировать бизнес для выработки экологических стратегий на своих предприятиях.

Библиографический список

1. Митяков С.Н., Митякова О.И., Митяков Е.С., Аленкова И.В. Инновационное развитие регионов России: экологические инновации // Инновации 2018. № 3.– С. 72-78.

2. Региональное и муниципальное управление социально-экономическим развитием в Сибирском федеральном округе // под ред. А.С. Новоселова. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2014. – 400 с.

3. Илюшкина Е.С., Конюхов В.Ю. Классификация экологических инноваций // Вестник ИрГТУ 2012.. №7,–С. 181-187

4. Семиков В.Л., Наместникова О.В., Ломаев Е.Н., Ушаков В.Д. Экологические инновации и безопасность // Технологии техносферной безопасности: интернет-журнал 2015. № 5,– Режим доступа URL: <http://ipb.mos.ru/ttb> (дата обращения 25.10.2019).

УДК336.6:681.3

ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕСА В АО МЭЛОН ФЭШН ГРУП

Я.А.Марченко,
магистр

Е.М.Фрейдкина,
доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. 24 декабря 2018 года распоряжением Правительства Российской Федерации утвержден национальный проект «Цифровая экономика», направленный на стимулирование развития цифровых информационно-телекоммуникационных технологий и их использование в различных секторах экономики. Авторы рассматривают опыт использования современных технологий в АО «Мэлон Фэшн Групп», компания специализируется на производстве одежды из текстильных материалов, с последующим сбытом в специализированных магазинах.

Ключевые слова: цифровизация, ритейл, онлайн продажи, электронная коммерция, программы лояльности, CRM-платформа.

BUSINESS DIGITALIZATION IN JSC MELON FASHION GROUP

Y. Marchenko,
Master

E. Freidkina,
Associate professor

Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. On December 24, 2018, by order of the Government of the Russian Federation, the national project “Digital Economy” was approved, aimed at stimulating the development of digital information and telecommunication

technologies and their use in various sectors of the economy. The authors consider the experience of using modern technologies in JSC Malon Fashion Group, the company specializes in the production of clothing from textile materials, with subsequent sale in specialized stores.

Keywords: digitalization, retail, online sales, e-commerce, loyalty programs, CRM platform.

Мэлон Фэшн Груп (далее именуемая МФГ) в 2019 году отмечает 14-ю годовщину компании в ее нынешнем формате. Компания создавалась на базе фабрики «Первомайская Заря», история которой началась еще в XIX веке. В XXI веке компания стала одним из лидеров индустрии моды. Компания Мэлон Фэшн Груп является российским ритейлом модной одежды, основной вид деятельности которого - это производство одежды из текстильных материалов, с последующим продвижением и сбытом в специализированных магазинах.

2018 год был для МФГ успешным: выручка от реализации увеличилась на 27 %, а чистая прибыль на 41 % (таблица). Группа работала под собственными торговыми марками "BEFREE", "ZARINA", "LOVE REPUBLIC", которые пользуются признанием по всей России и за ее пределами. На торговую марку "BEFREE" в отчетном году приходилось 40 % выручки, на марку "LOVE REPUBLIC" – 31 % и на марку "ZARINA" – 29 %.

Финансовые показатели Мэлон Фэшн Груп

РЕЗУЛЬТАТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, МЛН РУБ.	2018	2017	ТЕМП, %
Выручка от реализации	17 630	13 870	27
Валовая прибыль	9 122	7 296	27
ЕВITDA отчетная	2 078	1 507	38
Операционная прибыль	1 409	976	44
Чистая прибыль	1 035	732	41

Компания располагает обширной торговой сетью. Группа производит, распространяет и продает женскую и мужскую одежду через собственные розничные и франчайзинговые магазины на территории Российской Федерации, Украины, Казахстана, Беларуси, Грузии и Армении. Компания приобрела бренд SELA в 2019 году. Торговая сеть увеличилась на 283 собственных и франчайзинговых магазина.

Команда Департамента развития активно реализует долгосрочную стратегическую программу. Основные усилия подразделения сосредоточены на поиске наиболее подходящих мест и подготовке к расширению на Дальнем Востоке, а также в городах и поселках с населением менее 500 тысяч человек. Всего команде удалось открыть и релоцировать, на конец второго триместра 2019 г. около 50 магазинов как в собственной сети, так и по франчайзингу. К концу 2018 года у Мэлон Фэшн Групп было 575 магазинов в России, Украине, Казахстане, Беларуси, Армении, Грузии и

Польше. На конец сентября 2019 года компания владеет 857 магазинами, из них 554 собственных. В 2019 году франчайзинговые партнеры уже открыли 19 магазинов, и 12 магазинов были релоцированы.

Компания активно занимается цифровизацией бизнеса. Руководители ведущих департаментов признали, что цифровизация в долгосрочной перспективе будет играть серьезную роль в контексте выживаемости компании на рынке. Поэтому они верят, что в ближайшие 5 лет новые технологии радикальным образом смогут изменить бизнес в еще лучшую сторону.

Канал электронной коммерции E-COMMERCE продемонстрировал серьезный рост по сравнению с 2017 годом; в 2018 году онлайн продажи выросли на 125 %. У каждого бренда сформировались сильные команды профессионалов. Были достигнуты договоренности с крупнейшими интернет-ритейлерами, представляющими бренды МФГ онлайн на своих сайтах. Интерфейсы собственных интернет-магазинов компании были улучшены. Сокращены сроки доставки. Распределение по каналам продаж в 2018 г. представлено на рис 1.

Все бренды МФГ активно занимаются развитием цифровых коммуникаций и программами лояльности.

Направление LOVE REPUBLIC особое внимание в 2018 г.уделило программе лояльности бренда. За год выдано 574 469 LOVE CARD, общая численность базы составила 1 239 000 активных участников. Доля чеков с LOVE CARD составила 90 %. Активный рост показало мобильное приложение LOVE REPUBLIC: в 3 раза увеличилось трафик и продажи. Также одной из ключевых целей 2019 года станет развитие online-канала и запуск click & collect, будет осуществлен запуск CRM-платформы для дальнейшего развития программы лояльности и построения персонализированного общения с покупателями.

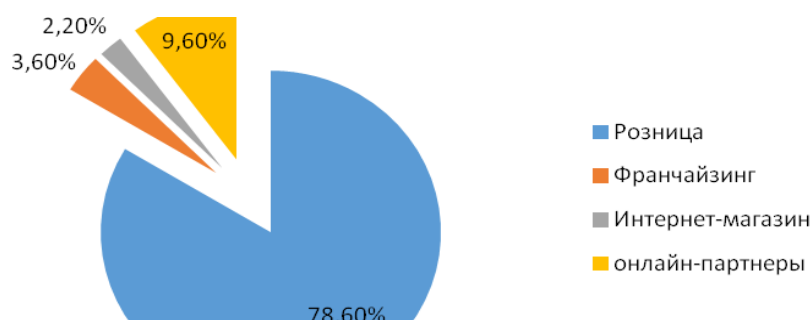


Рис. 1. Распределение по каналам продаж

В направлении ZARINA весной 2018 года была продолжена работа по развитию коммуникаций с покупателями посредством крупной федеральной

рекламной кампании на ТВ, наружной и диджитал рекламы. Узнаваемость бренда выросла на 6 % . до 48 % , трафик в собственной сопоставимой рознице вырос на 15 % . В апреле 2018 года ZARINA масштабно отметила свое 25-летие запуском благотворительной лимитированной капсулы Be Proud of Russia, вдохновленной русской литературой и посвященной великим русским классикам – Набокову, Куприну и Чехову. В 2018 году к программе лояльности ZARINA присоединились более 600 тысяч новых участников, а всего клубными картами пользуются 1,6 млн покупателей.

В 2019 Масштабный проект Happy Hit, посвященный стандартам обслуживания, должен качественно увеличить конверсию в магазинах, произойдет смена CRM-платформы, способствующая развитию программы лояльности. Онлайн-канал станет одним из приоритетных направлений развития. Бренд усилит позиции в интернет-пространстве и сосредоточится на развитии собственного интернет-магазина и укреплении партнерства с маркетплейсами.

Впечатляющий прирост всех онлайн-каналов в 2018 году продемонстрировал BEFREE. В 2019 году BEFREE намерен уделить много внимания мужской линии. Это изменение зонирования магазина, увеличение количества мужских стилей и усиление промо в соцсетях. Кроме того, бренд будет активно развивать существующие продуктовые линии и усиливать позиции в регионах присутствия.

Большое внимание цифровизации уделял HR-департамент. В 2018 году внимание HR-департамента было сфокусировано на обучении и мотивации команды. В общей сложности было организовано 15 мини-тренингов, 69 семинаров и 57 коуч-сессий. Мэлонцы (именно так называют сотрудников МФГ) участвовали в тренингах по тайм-менеджменту, эмоциональному интеллекту, управлению проектами и эффективной коммуникации. Стала возможной автоматизация подбора персонала благодаря установке облачного сервиса Friendwork, где удалось создать единую базу данных кандидатов и кадрового резерва. Команда HR консолидировала в общей сложности 3 600 резюме.

В 2019 году HR сосредоточились на обучении и развитии персонала. Уделяется больше внимания новичкам и менеджерам, а также развитию и продвижению корпоративной культуры.

Компания продолжает искать и развивать партнерские отношения с теми поставщиками, которые предлагают оптимальное соотношение цены и качества, а также в обязательном порядке соответствуют принципам организации труда и использования природных ресурсов. в 2018 году с МФГ сотрудничали 1223 поставщика из 7 стран. Распределение поставщиков по странам представлено на рис. 2.

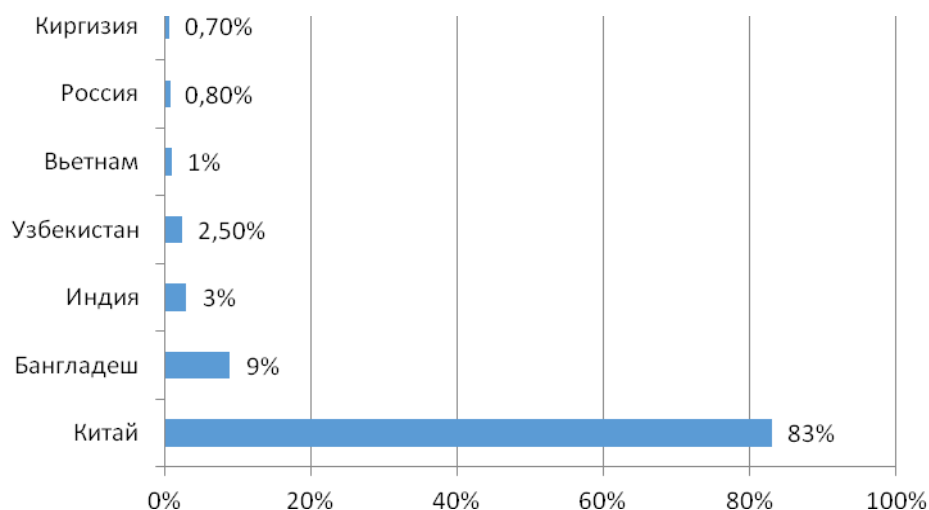


Рис. 2. Распределение поставщиков МФГ по странам

Активно работает в сфере цифровизации департамент логистики. Основной целью является ускорение доставки коллекций в магазины и поиск наиболее выгодных способов транспортировки. Команде удалось наладить доставку коллекций из Китая автотранспортом, запущены поставки через Новороссийск как альтернатива портам Санкт-Петербурга.

Внедрена система Columbus WMS, охватившая процессы склада торгового оборудования компании с более 2500 SKU и площадью 2500 кв. м. Она позволит ускорить и полностью автоматизировать приемку оборудования. Кроме того, запланирована интеграция WMS с транспортными компаниями, осуществляющими перевозку оборудования, что позволит отслеживать путь каждого короба до прибытия в магазин.

Пример АО Мэлон Фэшн Груп убедительно доказывает, современные российские компании ведут постоянную работу по внедрению продуктов, сервисов и платформенных решений, в том числе отечественных разработок для повышения конкурентоспособности и эффективности бизнеса [1].

Библиографический список

1. Паспорт национального проекта "Национальная программа "Цифровая экономика Российской Федерации" (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 04.06.2019 N 7). [Эл.ресурс] – URL: <https://legalacts.ru/doc/pasport-natsionalnogo-proekta-natsionalnaja-programma-tsifrovaja-ekonomika-rossiiskoi-federatsii/>

**УПРАВЛЕНИЕ ПРИРОДООХРАННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
ПАО «ИЖОРСКИЕ ЗАВОДЫ»**

М.Г. Трейман,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. В исследовании представлены основные данные по особенностям природоохранной деятельности предприятия ПАО «Ижорские заводы», выявлены проблемы и перспективы развития данной деятельности. Подробно рассмотрены и проанализированы выбросы вредных газов в атмосферный воздух и даны рекомендации по улучшению природоохранной деятельности на предприятии.

Ключевые слова: выбросы в атмосферный воздух, экологический менеджмент, управление природопользованием, промышленный комплекс

**ENVIRONMENTAL MANAGEMENT OF AN INDUSTRIAL
«ENTERPRISE IZHORSKIYE ZAVODY»**

M. Treyman,

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

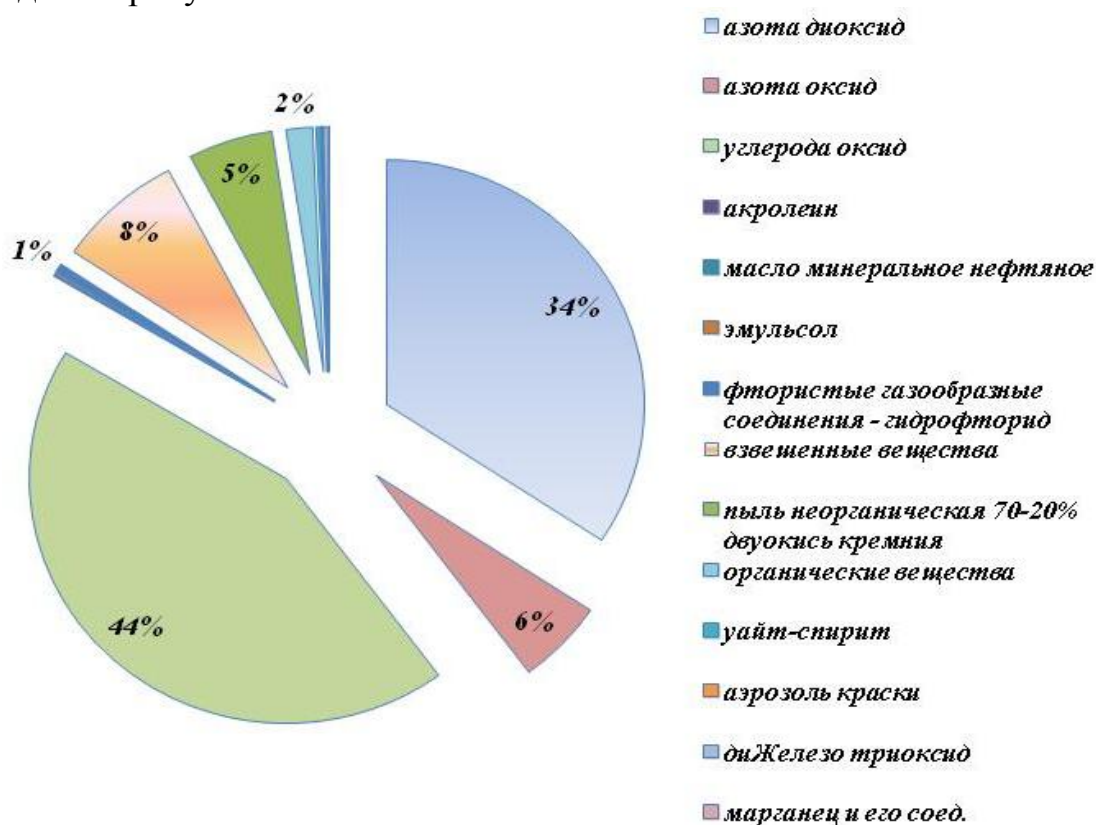
Annotation. The study presents the main data on the peculiarities of environmental activities of the enterprise PJSC "Izhorskiye Zavody", identified problems and prospects for the development of this activity. Emissions of harmful gases into atmospheric air are considered and analyzed in detail and recommendations for improvement of environmental protection activity at the enterprise are given.

Keywords: air emissions, environmental management, environmental management, industrial complex

В настоящее время вопросы охраны окружающей среды стоят достаточно остро для различных категорий и видов деятельности промышленного сектора Санкт-Петербурга, несмотря на то, что предприятия в настоящее время активно решают вопросы снижения загрязнения окружающей природной среды – объемы образования отходов, выбросов и сбросов в целом по городу велики и многие отрасли промышленности до сих пор остаются экологически опасными. Вопросы организации экологически безопасных технологий и снижение нагрузки на природную среду – два существенно важных направления для эколого-экономического развития Санкт-Петербурга [1- 4].

Значимым предприятием промышленного комплекса Санкт-Петербурга многие годы является ПАО «Ижорские заводы». Деятельность завода обширна и включает в свой состав создание оборудования для АЭС, нефтехимическое оборудование, металлургический комплекс, а также завод активно ведет научно-исследовательскую деятельность в вышеперечисленных направлениях.

Главными направлениями загрязнения окружающей среды предприятия является образование значительных количеств производственных отходов и образование выбросов вредных газов. Всего на предприятии более 100 источников выбросов. Их качественный состав приведен на рисунке.



Качественный состав выбросов предприятия ПАО «Ижорские заводы»

Анализируя состав выбросов, можно сделать следующие выводы: наибольший удельный вес занимают вещества: углерода оксид – 44 %, железо триоксид – 34 %, эмульсол – 8 %. Количественный состав выбросов представлен в таблице.

**Количественный состав выбросов от производственной деятельности
предприятия ПАО «Ижорские заводы»**

Наименование источников выделения загрязняющих веществ	Наименование источника выбросов вредных веществ	Загрязняющие вещества	ПДВ, т/год
Термические печи № 2,3,5,30,31	Труба-1	азота диоксид	9,39708
		азота оксид	1,527025
		углерода оксид	11,187
Закалочные масляные баки	Крышный вентилятор-1	углерода оксид	0,147169
		акролеин	0,006154
		масло минеральное нефтяное	0,003345
Металлообрабатывающие	Аэрационный фонарь-1	эмульсол	0,05434
Сварочные станды	Аэрационный фонарь-1	дижелезо триоксид	0,120576
		марганец и его соед.	0,008136
		фтористые газообразные соединения - гидрофторид	0,244424
Дробеструйная камера	Труба-1	взвешенные вещества	3,214598
		пыль неорганическая 70-20% двуокись кремния	2,143066
Рабочее место нанесения и сушки ЛКМ	Крышный вентилятор-1	ксилол	0,19986
		толуол	0,268092
		бутанол	0,041452
		этанол	0,05527
		2-этоксиэтанол	0,022108
		бутилацетат	0,03497
		ацетон	0,049976
		уайт-спирит	0,111034
		аэрозоль краски	0,038308
Нагревательная печь	Труба-1	азота диоксид	2,27808
		азота оксид	0,370188
		углерода оксид	2,712
Газовые инфракрасные излучатели	Труба-1	азота диоксид	2,1357
		азота оксид	0,3471
		углерода оксид	3,5595

Из таблицы видно, что предприятие ПАО «Ижорские заводы» имеет значительное количество вредных газов на различных участках своей деятельности, малые дозы выбросов оказывают низкое влияние за счет их рассеивания, значительные концентрации претрепевают очистку в циклонах типа ЦН-15. Основная функция циклонов – это пылеулавливание, поэтому данный способ не решает проблемы очистки других газовых выбросов.

Для возможности эффективного управления сферой газовых выбросов необходимо стандартизировать процессы загрязнения окружающей среды за

счет проведения детального анализа и внедрения на предприятии стандартов семейства ИСО, что впоследствии позволит установить и закупить дополнительные локальные системы очистки, которые позволят снизить негативное влияние предприятия на окружающую природную среду и сократить уровень платы за загрязнение окружающей среды.

Библиографический список

1. Елкина Л. Г., Богатырева Е. Ю., Яковлева А. А. Экологизация экономики в условиях рынка - М: "Уфимский гос. авиац.. техн. ун-т", 2013. - 261 с.
2. Мизиковский Е. А., Иванова М.Д. Природоохранная деятельность организаций: учет затрат / Улан-Удэ: Вост.- Сиб. гос. ун-т технологий и упр., 2012. - 193 с.
3. Петрова Е. Е., Сисина Н. Н. Природоохранная деятельность предприятий: инвестирование, учет и анализ. - СПб.: - Санкт-Петербургский гос. эконом. ун-т, 2013. - 199 с.
4. Чешев А. С., Карпова Н. В., Шевченко О. Ю. Стратегия организационно-экономического обоснования природоохранной деятельности в городских условиях: монография / Ростов-на-Дону: Ростовский гос. строит. ун-т, 2014. - 255 с.

УДК 338.45

УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ ПРОЦЕССОМ ГУП «ВОДОКАНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА»

М.Г. Трейман,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Е.В. Измайлова,

магистр

ФГБОУ ВО «ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова»

Аннотация. Эффективная работа организации зависит от многих факторов: от стиля и способа управления, организации труда, но в первую очередь важна правильная организация процессов производственной деятельности. В статье рассмотрены особенности управления процессом на примере деятельности ресурсоснабжающего предприятия. В исследовании представлены производственные процессы, раскрытые с точки зрения особенностей управления.

Ключевые слова: производственный процесс, ресурсоснабжающее предприятие, ключевые показатели деятельности, управление

PROCESS CONTROL ON THE EXAMPLE SUE " VODOKANAL OF ST. PETERSBURG»

M. Treyman

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

E. Izmailova

Master

FGBOU VO "GUMRF named after Admiral S. O. Makarov»

Annotation. The effective work of the organization depends on many factors: on the style and method of management, organization of labor, but first of all it is important to properly organize the processes of production activity. The article discusses the features of process management on the example of the resource-supplying enterprise. The study presents the production processes disclosed in terms of management features.

Keywords: production process, resource-supplying enterprise, key performance indicators, management

К промышленным предприятиям можно отнести предприятия и организации, в основе деятельности которых лежит технологический процесс и заложены структура и принципы менеджмента. Безусловно, управление является важнейшим из механизмов организации какой-либо деятельности. Стиль и методы руководства той или иной деятельностью определяет каждый конкретный руководитель в зависимости от состояния организации, кадрового потенциала, скрытых и открытых резервов, полноты использования ресурсной составляющей [2,4].

Управление производственным процессом включает в себя следующие стадии [1,3]:

1. Планирование (определение приоритетных направлений и стратегических моментов для планомерного развития и работы предприятия, определение ряда проблем и планов мероприятий по их решению, создание систем ключевых планируемых и прогнозируемых к достижению показателей).

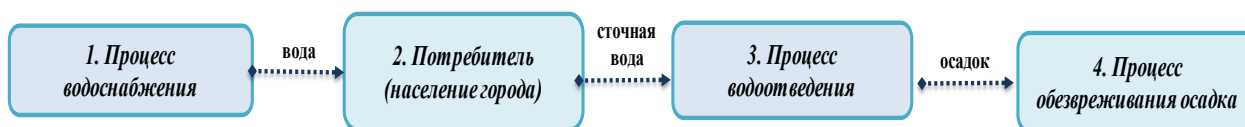
2. Использование методов процессного подхода в организации производственного процесса (в данном случае процессы должны быть составлены в той последовательности, которая позволит достичь наибольшего финансового результата).

3. Постоянный контроль и совершенствование деятельности (создание системы показателей, позволяющей контролировать производственно-технические процессы на предприятии улучшать взаимодействие между подразделениями, проявлять инициативу и увеличивать производительность и все показатели деятельности предприятия).

Таким образом, создание эффективной системы управления позволит получать максимально возможные положительные финансовые результаты для организации, занимать стабильное положение на рынке товаров и услуг, быть конкурентоспособным. Безусловно, многое зависит от личности руководителя – помимо того, что руководитель должен быть технически грамотным и понимать специфику и особенности деятельности организации, но обладать такими деловыми и личными качествами как: упорство, умение принимать ответственные решения, видеть перспективы развития предприятия, обладать незаурядным умом и стратегическим мышлением.

Для примера рассмотрим ресурсоснабжающее предприятие ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга». Предприятие обеспечивает город Санкт-Петербург водой питьевого качества и осуществляет очистку сброшенных сточных вод от всех основных объектов города, в том числе и от промышленного сектора. Миссией предприятия является осуществление гарантированного качества питьевой воды, которая бы была безопасна для населения и обеспечения достаточной степени очистки сточных вод для сброса в поверхностный водный объект.

Основные производственные процессы и оказываемые услуги, представлены на рисунке.



Технологические процессы предприятия
ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга»

Описание технологического процесса сводится к следующему:

1. Водоподготовка (включает в себя водозабор, биоиндикацию с использованием речных раков, осуществление процессов механической очистки, и затем процессов обеззараживания воды с использованием химреагентной обработки, методов озонирования и обработки ультрафиолетом для подачи конечному потребителю).

2. Механическая очистка стоков от крупных включений с помощью решеток и песколовок, затем биологическая очистка сточных вод и их обезвреживание с последующим сбросом очищенных вод в водные объекты города.

3. Вывоз осадка осуществляется на завод по сжиганию осадка, где в результате процессов сжигания образуются выбросы в атмосферный воздух и зола.

Таким образом, предприятие осуществляет свою деятельность максимально экологично и делает безопасной питьевую воду; отметим, что обеззараживание воды дает хорошие результаты – за последние 5 лет заболеваемость населения гепатитом А и В снизилась в 10 раз. Предприятие постоянно совершенствует технологические процессы, за последние годы

было существенно модернизировано оборудование Южной части города: построен блок очистки «К6» на Южной водопроводной станции, полностью построены и модернизированы Юго-Западные очистные сооружения. Также предприятие активно внедряет системы экологического менеджмента в свою практику, основывая на стандартах семейства ИСО 9000 и 14 000.

Принципы управления и стандартизации процессов по ИСО внедрены повсеместно на предприятии. Авторы предлагают ввести систему ключевых показателей для процесса водоснабжения на предприятии, примерный их перечень с описанием представлен в таблице.

Перечень ключевых показателей процесса водоснабжения на предприятии ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга»

Наименование показателя	Характеристика
Контроль качества воды по установленным показателям (цветность, мутность, бактериологический состав)	Показатели, позволяющие выявить болезнетворные бактерии и непосредственно влияющие на качество водных ресурсов, предоставляемых потребителю.
Гарантированный напор водоснабжения	Напор воды, поступающий непосредственно в квартиры потребителей, измеряется уровнем давления в трубопроводах на выходе к потребителю услуг.
Объем водоснабжения на определенном участке	Количественный показатель, позволяющий охарактеризовать потребление квартиры, дома, сектора, участка, района.
Потери на сетях	Показатель, измеряемый в процентах и определяющий количество воды, которое безвозвратно теряется при передаче ее потребителям.

Таким образом, в таблице приведены качественные и количественные показатели, которые позволяют оценить эффективность работы организации и контролировать процессы для района водоснабжения.

Обобщая отметим, что управление производственным процессом на ресурсоснабжающем предприятии – важное направление для эффективного функционирования организации и возможно при тщательном стратегическом планировании и контроле входных и выходных параметров работы на производственных объектах.

Библиографический список

1. Быстрицкий В. Е., Поляков С. В. Управление промышленным предприятием и персоналом в условиях инновации / Ульяновск гос. техн. ун-т, Ульяновск, 2011. – 243 с.
2. Векслер Л. Б., Жигулина М. А. Оперативное управление производством: учебное пособие / ФГБОУ ВПО "Норильский индустриальный ин-т", Норильск, 2014. – 121 с.

3. Задереев Е. С. Прикладной экологический менеджмент: принципы и подходы / Краснояр. гос. ун-т. – Красноярск. ин-т биофизики СО РАН, Красноярск, 2005. – 111 с.

4. Сенько А. В. Оперативное управление дискретным производством: [основы теории с примерами] – Ульяновск, 2010. – 192 с.
УДК 657.1

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ АУДИТОРСКИХ НОВАЦИЙ В ЦЕЛЯХ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКЕ

А.О. Цимбалюк,
магистр

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация. Современный мир вот уже на протяжении нескольких десятилетий живет в эпоху информационного общества. Открытость границ, ослабление государственных институтов, формирование зон свободной торговли, экспансия транснациональных корпораций на новые рынки и жесткая конкуренция за ресурсы и рынки сбыта товаров и услуг уже стали неотъемлемой составляющей современной мировой политической и экономической повестки дня.

Ключевые слова: аудиторские новации, контроль финансовых операций, транснациональные корпорации, теневая экономика.

FOREIGN EXPERIENCE IN THE IMPLEMENTATION OF AUDITING INNOVATIONS IN ORDER TO COUNTER THE SHADOW ECONOMY

A. Tsimbalyuk,
Master

St. Petersburg Polytechnic University of Peter the Great

Annotation. The modern world has been living in the era of the information society for several decades. The openness of borders, the weakening of state institutions, the formation of free trade zones, the expansion of transnational corporations to new markets and fierce competition for resources and markets for goods and services have already become an integral part of the modern world political and economic agenda.

Keywords: audit innovations, control of financial transactions, transnational corporations, shadow economy.

Одним из основных направлений в рамках реализации данной экономической политики является борьба с теневым сектором экономики и теневыми финансовыми операциями, которые наносят ущерб общему уровню прозрачности экономической системы любого государства. Все эти

процессы оказывают значительное влияние на подход современных ученых к проблемам управления экономикой, подталкивают к формированию новых путей борьбы с финансовыми операциями во всем мире. Именно исследованию новаций в сфере аудита в рамках продвижения борьбы с финансовыми операциями в современном мире и посвящена настоящая работа [1].

Современная теневая экономика является комплексным и сложным социальным и экономическим явлением. Она охватывает собой практически всю систему общественных и экономических отношений. При этом она, прежде всего, занимает значительную долю в рамках неконтролируемого обществом сектора воспроизводства, где экономические отношения их субъектов тщательно скрываются от органов государственной власти и государственного управления. Теневая экономика и проведение теневых финансовых операций стимулируют коррупционную деятельность во всем мире, формируют базу для уклонения даже участников легальной экономической деятельности от налогов. Кроме того, теневая экономика – это базовая необходимость для международной преступности, наркоторговли и террористической деятельности, которые невозможно без вливания в них финансовых средств и их активного оборота между субъектами данной противоправной деятельности.

В рамках современной экономической системы, которая носит разветвленный и глобальный характер, активно развиваются и функционируют самые разные виды экономической деятельности, противостоящие полезному развитию экономики и наносящие значительный вред обществу. Выявление подобного рода негативных образований, их блокирование и преодоление является неременным условием для полноценного развития любого общества. Именно в связи с этим в мире имеется определенный консенсус, связанный с необходимостью борьбы с данными видами экономической активности.

Одним из слабых мест теневой экономики, позволяющей государственным и международным организациям и органам государственной власти эффективно бороться с теневой экономической деятельностью, является их высокая зависимость от финансового потока, который в значительной мере носит подконтрольный государству характер. Теневая экономика стремится расширить свои возможности для проведения теневых финансовых операций, органы надзорного свойства, напротив стремятся максимально сузить круг возможностей для проведения данного рода финансовых операций [2].

Именно в рамках проведения аудита финансового сектора, на наш взгляд, можно достичь максимального эффекта в борьбе с уходом экономической деятельности в тень. По этой причине именно методы финансового аудита являются основой политики по борьбе с теневыми финансовыми операциями, как в России, так и на Западе. Оценка масштабов проведения теневых финансовых операций в западных

странах, и прежде всего в Европе и США, проводится на базе результатов исследования австрийского экономиста Фридриха Шнайдера. По данным исследования Шнайдера, в 2013 году объем теневого финансового сектора в ЕС достиг отметки в 215 триллионов евро, что составляет 18,5 процентов от всей экономической деятельности на территории Европейского Союза. При этом две трети этого объема приходится на Германию, Францию, Италию, Испанию и Великобританию [3].

По этой причине в последние годы в целом ряде европейских стран вводятся новации, усиливающие контроль за проведением финансовых операций на их территории. Одним из лидеров в этой области является современная Германия. Ее борьбы с теневыми финансовыми операциями осуществляется в двух основных направлениях, а именно в направлении борьбы с коррупцией и отмыванием незаконных денег, а также в области стимулирования легального финансового оборота в стране. В 2015 году в Германии был предпринят ряд шагов, направленных на борьбу с незаконными финансовыми операциями в политической и административной сферах. Так, в частности, проведение аудита финансовых потоков, направляемых на развитие социальной сферы страны, привело к улучшению взаимодействия между различными ветвями государственной власти, включая социальных работников и служащих, занимающихся социальным обслуживанием малоимущих, что позволило Германии сократить финансовые злоупотребления, связанные с оформлением социальных льгот и социальных выплат [4].

Проведение аудита налоговой системы Германии стало основой для проведения в этой стране пакета мероприятий по борьбе с отмыванием денег и уходом от уплаты налогов в налоговой сфере Германии. Немецкие власти постановили, что государственные структуры Германии обязаны заниматься отслеживанием суммы невыплаченных в Германии налогов, выплаченных за чистый труд, что позволило избежать проблем, связанных с уклонением от уплаты подоходного налога. Кроме жестких мер административного свойства, правительство Германии осуществило шаги, направленные на стимулирование выхода ряда предприятий и их финансовой деятельности из тени. В рамках этой политики правительство Германии снизило ставку налога на добавленную стоимость для немецкого отельного бизнеса с девятнадцати до семипроцентных пунктов. Все это, очевидно, приведет к тому, что значительная часть финансовых операций в сфере немецкого отельного бизнеса выйдет из тени, а также снизит количество случаев, связанных с приемом на работу в этом секторе немецкой экономики нелегальных иммигрантов.

Другой европейской страной, интенсифицировавшей борьбу с незаконными финансовыми операциями в своей экономике в последние годы, является Великобритания. Британское правительство ведет борьбу с теневыми финансовыми операциями посредством ужесточения правоприменительных механизмов британских законодательных актов,

гарантирующих прозрачность финансовой деятельности британских и иностранных контрагентов на территории Королевства. Основным институтом, выступающим за ужесточение финансовой прозрачности на территории Великобритании, является Британское национальное агентство по борьбе с преступностью.

По официальным оценкам британских аудиторов, опубликованным в ноябре 2018 года, каждый год в лондонском финансовом центре отмывается около 90 миллиардов фунтов стерлингов, что негативно сказывается на репутации Лондонского Сити. В целях борьбы с теневыми финансовыми операциями в финансовом центре Лондона, Британское национальное агентство по борьбе с преступностью разрабатывает практику расширения практики использования ордеров на арест финансового имущества неясного происхождения [5].

Суть применения данного инструмента заключается в том, что данный механизм позволяет британским следователям с разрешения суда замораживать активы подозреваемых в финансовых преступлениях лиц в Великобритании, до тех пор, пока они не сумеют ясно объяснить, каким образом смогли получить данные финансовые средства. Британское национальное агентство по борьбе с преступностью также разрабатывает ряд мер, направленных на стимулирование юристов, бухгалтеров и других специалистов, помогающих совершать теневые финансовые операции сообщать агентству о подозрительных финансовых транзакциях. Британское аудиторское агентство уже на данном этапе ежегодно получает около полумиллиона сообщений о подозрительной финансовой активности. Причем более восьмидесяти процентов от этих сообщений приходятся на долю банков, которые в последние годы обвинялись властями США и других стран в недостаточном контроле над отмыванием денег. Запуск новых мер по контролю за финансовыми операциями в стране, по мнению британских аудиторских агентств, позволит очистить британский финансовый рынок от незаконных сделок.

Все вышеперечисленные аудиторские и административные меры, проведенные в Германии и Великобритании, направлены на борьбу с теневыми финансовыми операциями, имеющими отношение к законному и легальному бизнесу. Однако, параллельно с этим, существует проблема борьбы с теневыми финансовыми операциями в сфере финансирования международного терроризма, и в этом направлении частные шаги, предпринимаемые отдельными государствами, явно недостаточны. Так как проблема финансирования терроризма носит глобальный, международный характер, то и борьба с ней должна носить и носит международный характер. И она активизируется также в последние годы. В настоящее время все страны мира, включая США, страны Евросоюза, Россия и ближневосточные государства едины во мнении, что проблема финансирования терроризма должна рассматриваться в качестве важной точки международного финансового сотрудничества. В докладе России 2016 года о выполнении

резолюции 1373 Совета Безопасности ООН о борьбе с международным терроризмом отмечено, что Россия предпринимает все возможные шаги, направленные на перекрытие каналов его финансовой подпитки.

Страны – участницы Европейского Союза также в 2016 году заявили о том, что перекрытие ресурсов финансирования терроризма является одной из ключевых задач Европейского Союза. В рамках реализации данной задачи все ключевые специальные, финансовые и дипломатические органы ключевых стран мира находятся в процессе постоянного взаимодействия. Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что в последние годы борьба с теневыми финансовыми операциями является одной из ключевых направлений экономической и финансовой политики большинства стран мира. Вместе с тем, учитывая сложность и комплексность данной проблемы, каждая страна разрабатывает свои методы борьбы с теневыми финансовыми операциями, которые базируются на внутриэкономических аспектах определенной страны мира. При этом борьба с теневыми финансовыми операциями, связанными с терроризмом и международной организованной преступностью, ведется всеми странами мира на международном уровне.

Подводя итоги данной работы, мы можем сделать вывод о том, что современная Россия также должна активизировать свою аудиторскую работу по борьбе с теневыми финансовыми операциями, в том числе и в рамках заимствования изложенного в настоящей статье международного опыта в данной сфере.

Библиографический список

1. Калошина А.Я. Масштабы теневой экономики за рубежом // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по матер. XXXVI Междунар. студ. науч.-практ. конф. № 7(36). URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/7\(36\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/7(36).pdf) (дата обращения: 19.10.2019). 67 с.
2. Нестеров А., Вакурин А. Криминализация экономики и проблемы безопасности. // Вопросы экономики, 2015. № 1. - 54 с.
3. Привалов К. В. Легализация доходов как способ борьбы с теневой экономикой. // Налоговая политика и практика, 2010. №6. - 59 с.
4. Романов П.В. Социологические интерпретации менеджмента: исследования управления, контроля и организаций в современном обществе.- Саратов: Саратовск. гос. техн. ун-т, 2000. - 121 с.
5. Селиванов В.Н. Менеджеризм апологетика современного капитализма (политико-правовой анализ). - Киев: Наукова думка, 2012. – 143 с.

Раздел 2
ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

УДК 656.045.7

**РИСКИ ВНЕДРЕНИЯ КАРШЕРИНГА ВО ВНУТРЕННИЙ
АВТОПАРК КОМПАНИИ**

Е.Б. Атрешкевич,

доцент

А.М. Николаев,

магистр

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Конкурентная борьба заставляет организации искать все новые способы сокращения издержек. Одним из таких способов может стать каршеринг. В данной статье рассмотрены риски, с которыми может столкнуться компания в процессе переориентации собственного автопарка в формат каршеринга ради сокращения части транспортных издержек. Проведена дифференциация рисков по характеру и источнику их возникновения.

Ключевые слова: автопарк, каршеринг, анализ рисков, корпоративный транспорт, логистические издержки.

**RISKS OF CARSHARING INTRODUCTION IN THE COMPANY'S
INTERNAL FLEET**

E. Atrushkevich,

Associate professor

A. Nikolaev,

Master

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. Competition is forcing organizations to look for new ways to cut costs. One of these ways can be car sharing. This article discusses the risks that a company may face in the process of reorienting its fleet to a car sharing in order to reduce some of transportation costs. Risks are differentiated by the nature and source of their occurrence.

Keywords: fleet, carsharing, risk analysis, corporate transport, logistic costs.

Условия конкурентной борьбы заставляют организации пересматривать свои внутренние организационные структуры в

постоянном поиске методов сокращения издержек. Нередки ситуации, когда организации, чья основная деятельность не связана с перевозками, упускают из внимания такой вид затрат как логистические издержки. Однако важно помнить о том, что выбор оптимального подхода к управлению этим видом издержек ведет к увеличению потенциала организации на экономической арене и оптимизации деятельности в целом.

Логистическая теория насчитывает множество подходов к классификации затрат, их распределению и способам регулирования. К одному из таких практических способов можно отнести систему каршеринга. В первую очередь разберемся с терминологией. Английское понятие «carsharing» вмещает в себя «car» и «sharing», из чего становится понятно, что речь пойдет об аренде автомобиля.

Появление термина «carsharing» датируется 1948 годом, когда швейцарский жилищный кооператив в Цюрихе Sefage приобрел определенное количество автомобилей в целях совместного использования на правах аренды членами кооператива [2, с. 34-36]. Иными словами, каршеринг – это вид аренды автомобиля с целью его краткосрочного проката.

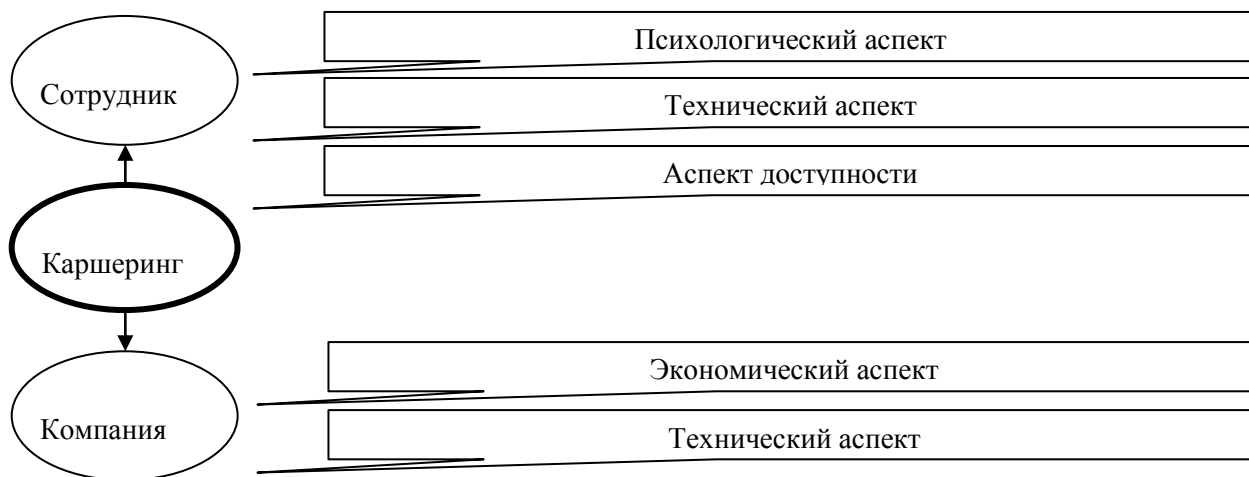
В России насчитывается около 12 компаний, предоставляющих услуги краткосрочной аренды автомобилей [1]. Однако формат каршеринга может быть применим не только с целью извлечения прибыли компаниями, представляющими данный сегмент бизнеса. Крупные компании, имеющие внушительный автопарк для внутреннего использования сотрудниками в служебных целях, могут сократить часть транспортных издержек посредством внедрения формата каршеринга.

Целью нашего исследования является выявление проблем, способных возникнуть в процессе переориентации части автопарка корпоративного транспорта, выданного в личное пользование сотрудникам, на систему каршеринга для снижения логистических издержек компании.

Процесс внедрения каршеринга повлечет за собой множество последствий положительного и отрицательного характера, поэтому важно четко определить источники возможных проблем. Для наиболее наглядного представления они схематично изображены на рисунке.

Рассмотрим трудности пользователей корпоративного автотранспорта. Со стороны сотрудников неизбежны некоторые негативные психологические аспекты. Так, например, автомобиль, полученный в постоянное служебное пользование, помогал сотруднику избежать дискомфорта от вторжения в личное пространство посторонних людей, и, таким образом, достичь некоторой изоляции.

Кроме того, на заднем сидении «арендованного» на целевую поездку автомобиля не положишь куртку, в подлокотнике не оставишь кофе, иными словами, пользователь лишен многих простых вещей, связанных с ощущением личного комфорта [3, с.2].



. Возможные проблемы внедрения каршеринга

В данном случае компания может частично решить вышеназванные проблемы с помощью внедрения специальной ежедневной чистки и санитарной обработки салона. Однако важно иметь в виду, что в течение дня одна и та же единица подвижного состава может быть использована несколькими сотрудниками, что снова в полном объеме вернет нас к названным выше трудностям.

Наряду с психологическими аспектами сотрудники столкнутся с рядом проблем технического характера. В первую очередь к ним стоит отнести необходимость настройки зеркал и сидения после предыдущего водителя, что подразумевает под собой некоторую потерю полезного рабочего времени. Помимо этого, сотрудник может столкнуться с недобросовестностью своих коллег, выраженной в приближающейся к нулю стрелке индикатора топлива.

Рассматривая технические проблемы, нельзя не упомянуть об оснащении автомобилей коробками переключения передач (КПП) разного вида: механической и автоматической. Сотрудник, привыкший управлять автомобилем с автоматической коробкой передач, при управлении автомобилем с МКПП может создать аварийную ситуацию на дороге, вызванную сложностями с осуществлением переключения передачи вручную. Данная проблема остро ставит вопрос безопасности не только самих сотрудников, но и окружающих их участников движения.

Так как переориентация части автопарка на систему каршеринга преследует перед собой цель сокращения количества единиц подвижного состава, перед сотрудниками может встать проблема доступности автомобилей. Несмотря на то, что при планировании необходимого числа единиц подвижного состава в расчет закладывается некоторое количество, относимое на непредвиденные обстоятельства, этого может быть недостаточно, и форс-мажорная ситуация поставит сотрудника в положение отсутствия доступных к использованию автомобилей.

Вышеназванные проблемы сотрудников в свою очередь формируют основную проблему компании – поддержание всех единиц подвижного состава автопарка в технически исправном и надлежащем состоянии. Обслуживание автомобилей влечет за собой их временное исключение из активного подвижного состава, используемого сотрудниками, обостряя тем самым проблему доступности. Кроме того, «обезличивание» автомобилей может привести к халатному отношению сотрудников к подвижному составу и, следовательно, ускоренному износу автопарка.

Все это формирует проблемы не только технического, но и экономического характера. Так, усиленное внимание к обслуживанию подвижного состава, в том числе ежедневные мойки, оставят существенный след в графе затрат компании.

Таким образом, нами были рассмотрены наиболее значительные негативные последствия переориентации части автопарка на формат каршеринга для компаний, чья основная сфера деятельности не связана с транспортной логистикой.

Библиографический список

1. Ликсутов М. Машина напрокат: в 2020 году автопарк каршеринга Москвы увеличится до 30 тысяч автомобилей // Официальный сайт мэра Москвы, 27 марта 2019 г.
2. Мавлютов А. Р., Куликов А. С., Каршеринг в России и мире // Academy, 2017. – №12 (27). – С. 34 – 36.
3. Малиновский, М.П. Каршеринг: проблемы участников и сторонних лиц // Автомобиль. Дорога. Инфраструктура, 2018. – № 3 (17). – С. 2.

ПУЛИНГ – НОВЫЙ ТРЕНД В СФЕРЕ ДОСТАВКИ ТОВАРОВ В РОССИЙСКИЕ РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ

Е.В. Вирячева,

доцент

О.П. Иванова,

аспирант

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. В статье рассмотрена новая для российского рынка технология сборной доставки товаров в розничные сети, называемая пулингом, обеспечивающая значительное сокращение времени транспортировки и затрат на организацию этого процесса.

Ключевые слова: транспортная логистика, распределительный центр, сборная доставка, консолидированный груз, пулинг, ритейл.

POOLING - A NEW TREND IN DELIVERY TO RUSSIAN RETAIL CHAINS

E. Viryacheva,

Associate professor

O. Ivanova,

Postgraduate

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Russia

Abstract. The article describes a new technology of goods delivery to retail chain in Russia, which is called pooling. It provides a reduction of transportation time and costs for the organization of this process.

Keywords: Transport logistics, distribution center, national delivery, consolidated cargo, pooling, retail.

Последние годы характеризовались ростом доли розничных торговых сетей и укрупнением основных представителей на этом рынке. Доля розничных торговых сетей по итогам 2018 года превысила 56 % от розничного товарооборота. В отдельных регионах России доля сетевых торговых структур составила более половины от всего товарооборота [3].

Совокупная доля лидеров в обороте розничной торговли (X5 Retail Group и Магнит) составляет почти половину от общего оборота торговых сетей и консолидация рынка продолжается. Развитие лидеров происходит в основном за счет освоения новых регионов в сторону Сибири и Дальнего Востока и за счет поглощения региональных сетей [3].

Активно развиваются логистические технологии ритейла: это

автоматизация транспортных и складских процессов, оптимизация цепочки поставок. Лидеры отрасли (X5 Retail Group и Магнит) являются и лидерами развития инновационных логистических технологий. Эти две торговые сети в целях повышения своей операционной эффективности децентрализовали доставку товаров между региональными распределительными центрами. Магнит полностью отказался от использования своей транспортной компании для перемещения товаров между распределительными центрами внутри России, X5 сделала из своей транспортной компании центр прибыли и названные выше перемещения оказываются на коммерческой основе поставщикам товаров. Это привело к значительному росту объемов перевозок у логистических компаний и к существенному развитию технологий в области транспортировки грузов автотранспортом по территории России [4].

Торговые сети в процессе транспортировки грузов между распределительными центрами смогли объединять грузы различных производителей. Теперь оборот этих грузов переместился к логистическим операторам, увеличив объем перевозок в несколько раз. Более того, они совместили и производителей и конечные точки доставки, так как большинство распределительных центров находится в одних и тех же городах (85 %). Таким образом лидеры ритейла способствовали развитию нового тренда в области транспортной логистики – пулинг доставки. Экспертным Советом XXII московского международного логистического форума этот тренд был отмечен как основной в области транспортной логистики на 2019-2020 г.г. [2].

До недавнего времени в автотранспортных перевозках существовало два типа перевозки FTL (Full Truck Load, доставка грузов с полной загрузкой транспортного средства) и LTL (Low truck load, доставка грузов с частичной загрузкой транспортного средства, сборная доставка). В LTL консолидируются грузы разных отправителей в одном транспортном средстве. Средняя загрузка транспорта в этих двух типах перевозки составляла не больше 60-70 %. Схема сборной доставки выглядела следующим образом: груз со склада отправителя доставляется на склад консолидации (склад логистического оператора), объединяется с грузами других поставщиков и отправляется в региональный склад, где разукрупняется и доставляется до конечного грузополучателя. Такая схема имеет ряд очевидных минусов: в процессе участвует несколько складов и стоимость перевозки остается достаточно высокой по причине неполной загрузки автотранспортного средства.

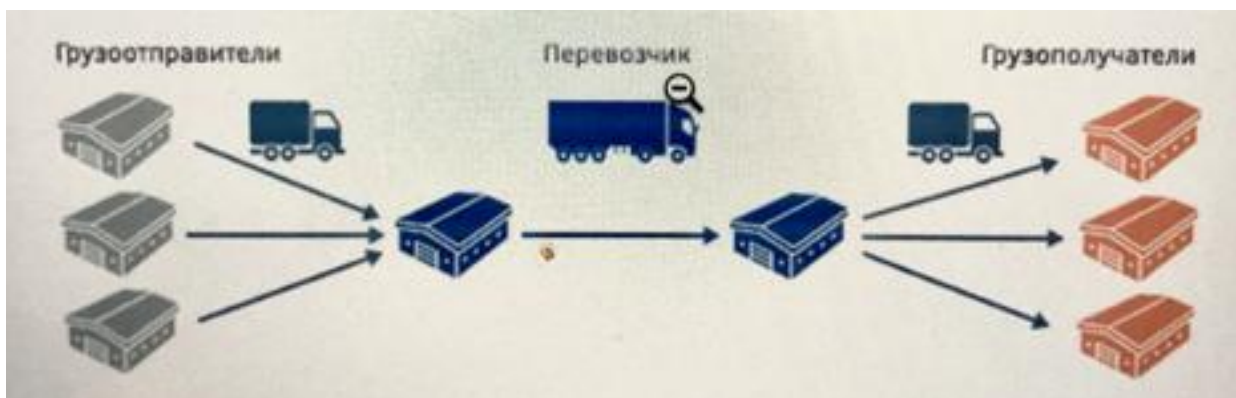


Рис. 1. Сборная доставка грузов

Пулинг, по сути, является разновидностью сборной доставки, но груз со склада консолидации отправляется напрямую к конечному грузополучателю, минуя склад разукрупнения. Это позволяет минимизировать складские расходы, минимизировать потери и ошибки при складской обработке и сократить срок доставки товара. Графики доставки от поставщиков синхронизируются и автотранспортное средство загружается до 85-90 % [1].



Рис. 2. Пулинг

Технической основой пулинга является облачная онлайн-платформа, разработанная компанией Artlogic, которая объединяет поставщиков и перевозчиков. Графики отгрузки и доставки грузов синхронизируются для всех участников процесса (поставщики, перевозчики и торговые сети). Заказы поставщиками формируются самостоятельно на электронной платформе. Тариф на перевозку не зависит от количества перевозимых паллет. А в случае загрузки транспортного средства более, чем на 75 %, предоставляется скидка. Таким образом, выигрывают поставщики с небольшим объемом груза и все участники [4].

Кроме того, платформа делает прозрачными отношения между производителем и логистической компанией: загрузка автотранспорта и движение груза по маршруту отражается в режиме реального времени.

Таким образом, пулинг – это новый тренд в сфере доставки продукции в торговые сети, активно развивающийся в Российской Федерации в 2019 г. В результате применения технологии пулинга сокращается время доставки, потери от брака, повышается уровень сервиса. Затраты на транспортировку сокращаются на 15-20 %, а в случае доставки небольших партий – до 40 %. Процесс перевозки становится прозрачным и приносит пользу всем участникам процесса: поставщики сокращают затраты и время доставки; торговые сети уменьшают складские запасы, поскольку имеют возможность получать товары меньшими партиями, но чаще, сокращая очереди при разгрузке; транспортные компании оптимизируют затраты и сокращают время транспортировки, так как отпадает необходимость искать клиентов для сборных перевозок.

Библиографический список

1. Лоран Юг. Технология POOLING снижает затраты логистического оператора [Электронный ресурс] – <http://www.logistika-prim.ru/sites/default/files/14-15.pdf>
2. ММЛФ. Экспертный совет XXII Московского Международного Логистического Форума назвал наиболее важные тренды в логистике на 2019 – 2020 гг. <https://www.mmlf.ru/39-glavnye-trendy-v-logistike-2019.html>
3. Infoline. Доля 700 крупнейших торговых сетей FMCG на рынке продовольственных товаров России по итогам 2018 года превысила 56 %. <https://infoline.spb.ru/news/index.php?news=163922>
4. Retail.ru. “МАГНИТ” внедрил новую систему поставок Pooling.

УДК 658.783:681.3

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК

С.Ю. Ившин,

ст. преподаватель

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

М.В. Терешкин,

магистр

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Санкт-Петербургский филиал

Аннотация. В статье рассматриваются основные группы цифровых технологий и оцениваются возможности их использования в управлении запасами в цепях поставок. Приведен анализ влияния цифровых технологий на величину логистических издержек в цепях поставок.

Ключевые слова: управление запасами, блокчейн, интернет вещей, 3D печать, дроны, робототехника, RFID-метки.

INTERCONNECTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES AND INVENTORY MANAGEMENT IN SUPPLY CHAINS

S. Ivshin,

Teacher

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

M. Tereshkin,

Master

National Research University Higher School of Economics St. Petersburg branch

Abstract. The article considers the main groups of digital technologies and assesses the possibilities of their use in inventory management in supply chains. The analysis of the influence of digital technologies on the value of logistics costs in supply chains is given.

Keywords: inventory management, blockchain, Internet of things, 3D printing, drones, robotics, RFID tags.

В управлении запасами целесообразно использовать четыре основных группы цифровых технологий: Интернет вещей (IoT), блокчейн, 3D печать, а также дроны и роботехника.

Так, интернет вещей (IoT-internet of things) обеспечивает обмен информацией между различными объектами в режиме реального времени посредством RFID-меток, датчиков и т.д. Интернет вещей упрощает нахождение товаров на складе, планируя распределение и отправку заказов, помогая эффективнее управлять запасами на всем протяжении цепи поставок. Интернет вещей дает возможность управлять качеством логистического сервиса и анализировать логистические риски [1].

Технология «blockchain» обеспечивает прозрачность и защищенность данных, предоставляет возможность отслеживать все запасы по всей цепи поставок - от поставщика до потребителя [1]. Используя данную технологию, можно повысить межорганизационную интеграцию и координацию и за счет этого значительно сократить запасы.

3D - печать, дроны и роботехника позволяют обеспечить ритмичную работу производства и складов, автоматизацию грузопереработки, при этом сокращается время на хранение и выполнение заказа.

В таблице представлены основные виды цифровых технологий и проведена оценка их влияния на эффективность управления запасами [2].

Таким образом, от внедрения технологии IoT будут сокращаться операционные затраты за счет полной прозрачности перемещения запасов, мгновенной инвентаризации складов, прослеживаемости передвижения товаров по всей цепи поставок. Необходимо подчеркнуть, что стоимость вычислительных мощностей (процессоров, памяти и систем хранения данных) и стоимость передачи данных в настоящее время стремительно снижаются, что также отражается на сокращении операционных издержек.

Сократятся и затраты на компенсацию (элиминирование) логистических рисков. Так как каждая вещь (например, «умная паллета», «умный контейнер», сам товар и т.д.) будет хранить информацию о технических требованиях, наименовании организации-получателя, адресах доставки и пр., снижается риск ошибки и появляется возможность расследования инцидентов, связанных с порчей/пропажей товаров, а также предотвращением краж топлива и нецелевого использования транспортных средств. Риски, связанные с дефицитом товара на складе, в торговом зале, за счет автоматической инвентаризации также уменьшаются.

Более того, благодаря большим данным появляется возможность принимать решение об уровне запасов, что приведет к оптимизации затрат на иммобилизацию средств в запасах.

Цифровые технологии и их влияние на управление запасами

Цифровые технологии	Влияние на управление запасами
Интернет вещей (Internet of Things)	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение прозрачности, безопасности и эффективности • Более эффективное планирование ресурсов, обеспечивающее сокращение запасов
Управление большими данными (Big Data)	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение работы с клиентами и эффективность операционной деятельности • Повышается доступность и эффективность управления запасами • Возможность анализировать логистические риски для сокращения уровня запасов
Облачные сервисы (Cloud Services)	<ul style="list-style-type: none"> • Предоставление удобного сетевого доступа в режиме «по требованию» к базе статистических данных, необходимых для анализа запасов, включая отслеживание в режиме реального времени
Технология «Blockchain» (система распределенных реестров)	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение безопасности цепи поставок • Сокращение числа узких мест (устранение посредников, отслеживание грузов, переход на кросс-докинг-схемы, поиск транспорта для доставки и пр.) • Исключение человеческого фактора (исключение бумажной документации)
Робототехника и автоматизация (Self-driving Vehicles)	<ul style="list-style-type: none"> • Снижение людских ресурсов и повышение эффективности доставки и складирования (включая сортировочные и распределительные центры)
Автономные транспортные средства	<ul style="list-style-type: none"> • Снижение людских ресурсов • Повышение эффективности процессов доставки
Дроны	<ul style="list-style-type: none"> • Возможность быстрой доставки легких грузов • Снижение транспортных издержек и сроков хранения на складе
3D-печать (3D Printing)	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение скорости производства • Сокращение логистических издержек • Повышения уровня клиентоориентированности • Уменьшения контрагентов в цепях поставок • Снижение влияния на окружающую среду

Технология «блокчейн» позволит снизить транзакционные затраты. Более того, «блокчейн» позволит снизить логистические риски, так как, например, с помощью этой технологии можно измерять не только местоположение, но и температуру, влажность и др. характеристики в режиме реального времени, что сократит потери при хранении.

Робототехника (роботизированные склады) и автономные транспортные средства в России пока широко не используются. Если говорить об изменениях в структуре затрат с использованием этих технологий, то, в первую очередь, это позволит снизить издержки на персонал и возможность появления ошибок. Однако, затраты на обслуживание этих технологий могут быть выше, к примеру, на автоматизированном складе за счет потребления большего количества электроэнергии.

Библиографический список

1. Куприяновский В.П. и др. Цифровые цепи поставок и технологии на базе блокчейн в совместной экономике // *International Journal of Open Information Technologies*, 2017. Vol. 5. №8.
2. Лукинский В. С., Серова Е.Г. Методы и инструменты интеллектуального анализа данных в цифровой логистике и управлении цепями поставок // *Логистика и управление цепями поставок*, 2018, № 4 (87) С. 73-80.

УДК 339.137.2

ЛОГИСТИКА ЗАКУПОК КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

А.Г. Николаева,
преподаватель

А.Г. Тороп,
студент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. В статье рассматривается логистика закупок как фактор конкурентного преимущества предприятия. В работе представлены основные способы, влияющие на лояльность потребителей и позволяющие организациям увеличить долю своего участия на рынке производимой ими продукции, стать лучшими среди конкурентов.

Ключевые слова: закупочная логистика, логистический цикл, предприятие, конкурентоспособность, логистические издержки, процесс поставок.

PURCHASING LOGISTICS AS A FACTOR OF INCREASING COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

A.Nikolaeva,
Academic adviser

A.Torop,
Student

Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. The article deals with procurement logistics as a factor of competitive advantage of the enterprise. The paper presents the main ways that affect consumer loyalty and allow organizations to increase their share of participation in the market of their products, to become the best among competitors.

Keywords: procurement logistics, logistics cycle, enterprise, competitiveness, logistics costs, delivery process.

В 21 веке логистика – наука об оптимальном управлении потоками является необычайно востребованной и классифицируется по разным признакам. В настоящей статье авторы рассматривают такой вид логистики, выделяющийся по функциональному признаку, как закупочная.

Логистика закупок или же логистика снабжения - это управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами [1].

Компания должна получать необходимое по качеству и количеству сырье в нужное время, в нужном месте, от надежного поставщика, своевременно отвечающего по своим обязательствам, с хорошим сервисом и по выгодной цене. Это и является основной задачей логистики закупок [2].

Повышение роли логистики закупок в бизнесе за последнее время обусловлено возрастающим значением данной логистической области в стратегическом планировании предприятия и управлении цепями поставок. Концепция логистики подразумевает интегрированное управление сферами снабжения, сбыта, производства, транспортировки и хранения [3]. Логистика закупок - это первая логистическая подсистема, являющаяся одним из основных факторов повышения конкурентоспособности предприятий. Влияя напрямую на потребительский сервис, логистика закупок в то же время способствует снижению общих затрат посредством осуществления логистических операций, направленных на оптимизацию закупочной деятельности [4].

Рассмотрим основные способы повышения конкурентоспособности предприятия с помощью логистики закупок, а именно – стоимость, время и качество. Производимая предприятием продукция будет более

привлекательна для конечного потребителя, если цена на товар будет ниже чем у конкурентов, скорость доставки больше, а качество выше.

Конкурентоспособность предприятия с помощью фактора стоимости может существенно возрасти за счёт снижения цены посредством сокращения логистических издержек, в том числе посредством получения лучших закупочных условий поставки продукции. Логистические издержки являются одной из основных статей расхода компании и уступают по своему объёму только лишь материальным затратам. Размеры логистических издержек зависят от сферы деятельности компании: в промышленности они насчитывают 10-15 % суммарных издержек на производство и реализацию продукции; в торговле 25 % и более [5].

Их можно сократить с помощью анализа и структурирования. Это не только принесёт прибыль предприятию и уменьшит расходы при совершении логистических операций, но также позволит предприятию снизить цены на продукцию, что, в свою очередь будет являться огромным плюсом в конкурентной борьбе. Также снижение издержек может обеспечиваться закупкой предприятием только тех ресурсов, которые приносят наибольшую прибыль.

Рассмотрим другие способы снижения уровня материальных затрат в закупочной деятельности. Сюда можно отнести: организацию переговоров с поставщиками по снижению оптовых и розничных цен, а также торговых надбавок; помощь поставщикам в достижении более низкого уровня затрат; поиск заменителей ресурсов по более низкой цене.

Существует три основные модели снижения издержек в зависимости от интенсивности:

1. «Чистое» снижение издержек - снижение издержек за счет избавления от постоянных или непроизводительных затрат.
2. «Интенсификация» затрат - существенное увеличение выручки с помощью внедрения нового оборудования и технологий.
3. «Фиксация» затрат - увеличение рентабельности при фиксированных издержках.

Рассмотрим следующий способ повышения конкурентоспособности предприятия – фактор времени.

Логистический цикл— интервал времени между оформлением заказа на поставку и доставкой заказанной продукции на склад потребителя [6]. Сегодня многие предприятия стараются различными способами сократить временной промежуток между получением заказа и его оплатой. Чем длиннее цикл, тем ниже прибыль предприятия и менее удовлетворен покупатель. Благодаря использованию современных технологий, предприятия могут значительно ускорить процесс обработки заказа и принятия платежа [7].

Возьмем как пример компанию «General Electric». Она использует информационную систему, автоматически проверяющую наличие товара на складе, а также состояние кредита покупателя на момент оформления заказа. Распоряжение на поставку выдается электронным устройством, которое

выставляет клиенту счет, обновляет всю информацию о запасах, высылает в производственные отделы наряд на изготовление дополнительного количества необходимых предметов и отправляет торговому представителю сообщение, что заказ покупателя обслуживается. На все уходит менее 15 секунд [8].

Одним из важнейших факторов повышения конкурентоспособности предприятий является фактор качества. Это важнейший параметр, по которому можно судить об эффективности работы всей цепочки поставок. Для конечного потребителя продукции очень важно получить товар, отвечающий всем требованиям, предъявляемым к закупаемой продукции. Поставка товара с дефектами, недопоставка товара, поставка товара другого вида или в неправильном количестве могут существенно снизить лояльность покупателей. А совершение действий по устранению проблем с поставками может значительно увеличить себестоимость продукции.

За качество товаров при поставках несет ответственность то должностное лицо, которое принимает решение о выборе и дальнейшей работе с поставщиками. Это большая ответственность, так как очень важно выбрать нужных поставщиков и здраво подойти к оценке качества продукции, ведь если приобретать изначально некачественную продукцию, то на выходе готовые товары также не будут отвечать требованиям покупателей.

Существует несколько методов управления качеством поставок: выбор поставщика, выбор методов входного контроля; перенос входного контроля на выходной контроль поставщика; аудит второй стороны; требование и сама стандартизация качества закупаемой продукции.

Большинство предприятий имеет определённые формы входного контроля закупок, даже если этот контроль сводится к проверке накладных и подтверждению факта доставки товара. Глубина контроля качества определяется репутацией поставщика или же видом продукции. Если это непроверенный поставщик, а закупаемая продукция - материальные ресурсы, то контроль обязан быть особенно тщательным, поскольку эти ресурсы и формируют качество готовой продукции. Также в данном контроле важен фактор усиления гарантии качества, а именно применение таких мер, как одобрение поставщика или ужесточение требований к его поставкам. Качество приобретаемой продукции складывается из соблюдения поставщиком требований нормативно-технической документации, а также индивидуальных требований заказчика.

Чтобы производить продукцию, которая будет удовлетворять требования потребителя, необходимо вести контроль уровня качества каждого закупаемого материала, в противном случае конечный продукт не будет соответствовать ожиданиями покупателя или произойдет значительное увеличение издержек по сравнению с предполагаемыми.

Исходя из всего выше сказанного, можно сделать вывод о том, что уделяя должное внимание закупочной деятельности предприятий, оптимизируя затраты на осуществление закупок, ускоряя процессы поставки

закупаемой продукции, при этом обеспечивая надёжные поставки от проверенных поставщиков, предоставляющих качественную продукцию, соответствующую заказу по характеристикам и количеству, можно добиться существенных конкурентных преимуществ, позволяющих предприятию существенно расширить сферу своей деятельности.

Библиографический список

1. Гаджинский А. М. Закупочная логистика // Справочник экономиста. – 2011.- № 10. – С. 57.

2. Логистика: учебник / под ред. Б.А.Аникина. - 3-е изд., перераб. и доп.- М.: ИНФРА-М, 2004. –368 с.

3. Недоспасова О.П. Современная практика управления закупочной логистикой // Известия Томского политехнического университета, 2007. Т.3. №6. 311 с.

4. Габбасова В. В., Дробина Е. А. Логистика как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. — 2016. — №15. — С. 283-286. — URL <https://moluch.ru/archive/119/32913/> (дата обращения: 11.11.2019).

5. Экономика предприятия (фирмы): практикум / под ред. В.Я. Позднякова, В.М. Прудникова. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2009. –319 с.

6. Смирнова А.А., Толокнова А.Н. Особенности учета логистических издержек// Студенческий форум: электрон. научн. журн. 2018. № 12(33).

URL: <https://nauchforum.ru/journal/stud/33/37850> (дата обращения: 02.11.2019).

7. Голощапов Н.А.Словарь-справочник руководителя предприятия /Под ред.В.И.Осипова.-М.:Центр экономики и маркетинга,2000. – С.91.

8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / под ред. О.Третьяк, Л.Волковской, Ю.Каптуревского.- СПб.: Питер Ком, 1998 –664 с.: ил. (Серия «Теория и практика менеджмента»)

УДК 339.338

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В ГУП «ТЭК СПб»

А.Р. Фахретдинова,

преподаватель

А.Г. Николаева,

студент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. В статье рассматриваются государственные закупки Российской Федерации с точки зрения эффективности расходования бюджетных средств на обеспечение государственных и муниципальных нужд

посредством применения конкурентных закупочных процедур, позволяющих получить существенную экономию в закупках.

Ключевые слова: государственные закупки, размещение заказа, экономическая эффективность, добросовестная конкуренция, закупочные процедуры.

**EFFECTIVENESS ANALYSIS OF THE GOVERNMENT PROCUREMENT
BASED ON THE EXAMPLE
OF THE STATE UNITARY ENTERPRISE
"FUEL AND ENERGY COMPLEX OF SAINT-PETERSBURG"**

A. Fakhretdinova,
Academic Adviser
A. Nikolaeva,
Student

Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. The article deals with the state procurement of the Russian Federation from the point of view of the efficiency of spending budget funds to ensure state and municipal needs through the use of competitive procurement procedures that allow to obtain significant savings in procurement.

Keywords: public procurement, order placement, economic efficiency, fair competition, procurement procedures.

На сегодняшний момент государственные закупки Российской Федерации строго регламентированы действующим Федеральным законодательством и рядом нормативных актов, действие которых направлено на эффективное использование бюджетных средств и качественное удовлетворение государственных нужд. Государственные закупки в Российской Федерации занимают важную роль и оказывают существенное влияние на стабильность и устойчивое развитие экономики страны [1]. В структуре ВВП России государственные закупки составляют более 10 % [2].

Основные действия при осуществлении государственных закупок регламентируются Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» и Федеральным законом от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц». В соответствии с действующим законодательством все государственные и муниципальные заказчики, к которым относятся бюджетные учреждения, государственные, муниципальные унитарные предприятия, должны осуществлять закупочную деятельность по строго регламентированным правилам, определяющим порядок планирования закупочной деятельности, регламентирующим способы определения

источников поставки, порядок заключения договоров и приёмки продукции. Это направлено на поддержание и развитие конкуренции среди участников торгов, что обеспечивается созданием равноправных открытых условий для всех потенциальных поставщиков. Таким образом создаются условия, позволяющие выявить лучшие предложения как по цене, так и по другим критериям, при этом соблюдая принципы добросовестной конкуренции [3].

Масштаб ежегодной закупочной деятельности в области государственного заказа РФ подтверждается данными официального сайта единой информационной системы в сфере закупок в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (далее – ЕИС), предназначенного для обеспечения свободного и безвозмездного доступа к полной и достоверной информации в области государственного заказа. Так за 2019 год общая сумма размещённых в системе закупок в соответствии с 44-ФЗ составила 7759,27 млрд руб., общее количество размещённых закупок – 2446267 ед.; сумма размещённых в системе закупок в соответствии с 223-ФЗ составила 10564,43 млрд руб., общее количество размещённых закупок по 223-ФЗ – 1034865 ед.[4].

Рассмотрим осуществление закупочной деятельности на примере Государственного унитарного предприятия «Топливо-энергетический комплекс Санкт-Петербурга» (далее ГУП «ТЭК СПб»). Данная компания играет на рынке тепловой энергии Северо-Западного региона существенную роль, и её доля в Санкт-Петербурге по поставке тепловой энергии достигает 48 %. Основными видами деятельности организации являются: выработка и снабжение тепловой энергией жителей Санкт-Петербурга, транспортировка тепла, эксплуатация городских инженерных систем. Компания обслуживает порядка 16000 домов в Санкт-Петербурге, в которых проживает более 3 млн горожан, обеспечивая теплом и горячим водоснабжением обслуживаемые территории, в структуру которых помимо жилых домов входят больницы, образовательные организации, производственные объекты [5].

Для обеспечения своих нужд при осуществлении закупочной деятельности компания использует следующие принципы организации закупок:

- обеспечение условий для полного и своевременного удовлетворения потребностей в товарах, работах, услугах по требуемой цене, требуемого качества и надёжности
- обеспечение максимально эффективного целевого расходования бюджетных средств, оптимизация издержек предприятия
- обеспечение условий надёжного и максимально безопасного эксплуатации объектов предприятия
- обеспечение добросовестной конкуренции среди участников торгов, недопущение необоснованных ограничений для участия в процедурах закупок потенциальных поставщиков
- обеспечение информационной открытости
- осмотрительный выбор контрагентов.

Совокупный годовой объем планируемых закупок товаров (работ, услуг) ГУП «ТЭК СПб» в соответствии с планом закупки по 223-ФЗ на 2019 год составляет 5,8 млрд рублей, из них 15,9 млрд рублей (43,7 %) размещается только для участников, которые являются субъектами малого и среднего предпринимательства. По 44-ФЗ для осуществления закупок в 2019 году выделяется сумма в размере 3,05 млрд рублей.

Анализируя эффективность государственных закупок в период с 2017 г. по 2019 г. по данным ЕИС экономия при заключении контрактов в соответствии с 44-ФЗ составила в РФ в 2017 году 429,9 млрд руб. (относительная экономия 8,11 %), в 2018 году 344,71 млрд руб. (относительная экономия 6,4 %), в 2019 году 283,58 млрд руб. (относительная экономия 5,15 %). Отдельно по Санкт-Петербургу общая сумма размещённых в 2019 году контрактов составила 283,54 млрд руб., при этом экономия составила 12,7 млрд руб., относительная экономия при заключении контрактов составила 4,99 % [4].

Исходя из этих статистических данных, обобщающих результаты закупочной деятельности РФ, можно предположить, что минимальная экономия, которой удастся достичь в 2019 году по Санкт-Петербургу составит около 5 % при реализации закупочных процедур в соответствии с действующим законодательством. Таким образом планируемая экономия от размещения государственных закупок в компании ГУП «ТЭК СПб» может составить порядка 440 млн руб.

Подводя итоги проведённому исследованию, можно сделать вывод, что выполнение регламентирующих федеральных законов в области государственных закупок позволяет эффективно расходовать бюджетные средства за счёт применения конкурентных процедур при выборе источников поставки, при этом не снижая требований к поставщикам по надёжности и качеству поставки. На примере ГУП «ТЭК СПб» наглядно продемонстрирована эффективность применения закупочных процедур в области государственного заказа.

Библиографический список:

1. Михайлов А. В., Михайлова А. Р. Специфика и особенности государственных закупок // Известия МГТУ «МАМИ» 2014, №1 (19), Т.5. С. 37.
2. Баранова Е.К. Проблемы контрактной системы государственных закупок в сфере обеспечения конкуренции // Общественные и экономические науки. Студенческий научный форум: электр. сб. ст. по матер. XI Междунар. студ. науч.-практ. конф. № 11(11). URL: [https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/11\(11\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/SNF_social/11(11).pdf) (дата обращения: 03.11.2019)
3. Храмова Е.Ю., Сигатова Н.А. Контрактная система в сфере государственных закупок: проблемы и перспективы развития // Молодой исследователь: сборник трудов научной конференции.- Челябинск: ЮУГУ, 2016. С. 225-231.

4. Официальный сайт единой информационной системы в сфере закупок в информационно-телекоммуникационной сети Интернет URL: <http://zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html> (дата обращения: 03.11.2019)

5. Официальный сайт Государственного унитарного предприятия «Топливо-энергетический комплекс Санкт-Петербурга» URL: <https://www.gptek.spb.ru/> (дата обращения: 03.11.2019)

УДК 339.138

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КАМПАНИИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ФИРМЫ

О.Ю. Шопенко,

ст. преподаватель

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Цифровой маркетинг играет важную роль в продвижении продукции и узнаваемости бренда предприятий. В современных условиях невозможно обойтись без инструментов цифрового маркетинга. Для того чтобы выжить в конкурентной борьбе, необходимо разработать эффективную кампанию цифрового маркетинга.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, промоакция, таргетинг, интернет-трафик, бизнес-цели, трафик, контент, генерация лидов, поисковая оптимизация, контекстная реклама, таргетивный маркетинг, интерактивный маркетинг, интернет-реклама.

EVALUATION OF THE DIGITAL MARKETING COMPANY CAMPAIGN EFFICIENCY

O. Shopenko,

Teacher

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Annotation. Digital marketing plays an important role in promoting products and enterprise brand awareness. In modern conditions, it is impossible to do without digital marketing tools. In order to survive the competition, you need to develop an effective digital marketing campaign.

Keywords: digital marketing, promotion, targeting, Internet traffic, business goals, traffic, content, lead generation, search engine optimization, contextual advertising, targeted marketing, interactive marketing, online advertising.

Многие предприятия сейчас пытаются использовать инструменты цифрового маркетинга для продвижения, повышения осведомленности о своих брендах. С этой целью они изучают, как работают эти цифровые маркетинговые инструменты или как проводить эффективную цифровую маркетинговую кампанию, но тем не менее многие не получают ожидаемого

результата от своих усилий. Причина неудачи кроется не только в том, что для разработки маркетинговых кампаний не хватает креативности, качественных материалов и квалифицированного персонала.

Цифровые маркетологи могут оценить эффективность и успех своих кампаний цифрового маркетинга. Далее приводится процесс оценки эффективности, а также как применить его в своих собственных маркетинговых кампаниях.

Процесс оценки состоит из семи этапов:

Этап 1. Необходимо определить и установить бизнес-цели.

Одним из ключей к успеху в цифровом маркетинге является вовлечение в кампанию всех сотрудников организации или бизнеса: от высшего руководства до каждого сотрудника или члена организации. На этом этапе поставленные бизнес-цели могут иметь самые широкие масштабы, но это может потребовать более глубокого мышления и мозгового штурма, чем можно было бы ожидать.

Маркетологи всего мира определяют для себя пять основных бизнес-целей цифрового маркетинга:

- рост выручки;
- удовлетворенность клиентов;
- рентабельность инвестиций;
- уровень удержания клиентов;
- привлечение клиентов.

Этап 2. Необходимо определить и установить задачи для достижения каждой из поставленных бизнес-целей.

После того как бизнес-цели определены, можно перейти к постановке конкретных целей для каждой из бизнес-целей. Высшее руководство все еще принимает участие в процессе определения целей цифровой маркетинговой кампании, так как это требует критического процесса мышления, которым занимаются руководители, аналитики и маркетологи, которые будут осуществлять кампании для достижения этих целей.

Постановка задач для бизнес-целей должна учитывать все виды деятельности, продукты или услуги, представленные на веб-сайте организации или в Интернете. Это может варьироваться от простого создания узнаваемости и идентичности бренда, или это может быть ориентировано на результаты, такие как генерация лидов и освещение промоакций и событий [2]. На этом этапе важно знать, что цели и задачи у организаций могут быть различными. Цель, поставленная одним бизнесом, не обязательно должна быть такой же для другого. Один может стремиться к узнаваемости бренда, в то время как другой активно ищет потенциальных клиентов или продаж. Необходимо определить задачи, которые важны именно для конкретного бизнеса и организации и соответствуют бизнес-целям, которые были поставлены на этапе 1.

Этап 3. Необходимо определить целевые сегменты, чтобы сосредоточиться на них.

После того как определена четкая цель и задачи для кампании цифрового маркетинга организации, необходимо перейти к определению целевых сегментов, на которые будет ориентирована данная кампания. Сегменты могут составлять люди или группы людей из определенной демографической группы, или же это могут быть определенные предприятия, заинтересованные в продукции данной организации. Одна из причин сбоев, с которыми сталкиваются многие маркетологи, заключается в том, что они не фокусируются на своих целях. В данном случае необходимо сосредоточиться на таргетинге, чтобы добиться положительных результатов.

KissMetrics предлагает некоторые рекомендации по поводу использования Facebook Insights для таргетинга своего сегмента. Facebook Insights предоставляет для организации важную информацию о трафике присутствия в социальных сетях, например определяет, откуда приходит большинство «лайков».

Этап 4. Необходимо установить ключевые показатели эффективности (KPI).

Помимо целей необходимо установить ключевые показатели эффективности (KPI) для оценки эффективности цифрового маркетинга. Ключевые показатели эффективности, которые организация может установить для своей цифровой маркетинговой кампании, могут быть следующие:

- Рейтинги в поисковых системах. Хороший рейтинг способствует увеличению трафика на сайт организации, а трафик - это место, где можно получать лиды и продажи. Необходимо измерить ранг и позицию до и после внедрения цифровых маркетинговых кампаний.
- Трафик является источником организации для привлечения потенциальных клиентов и осуществления продаж. Типы трафика:
 - общий трафик сайта - это базовая информация обо всех посещениях сайта или целевой страницы организации;
 - новый/возвращаемый трафик. Новый и возвращаемый трафик представляет собой полезную информацию для отслеживания, которая придаст значимость бизнесу организации в зависимости от ее конкретных целей, особенно от того, какой трафик хочет увеличить организация в своих кампаниях;
 - мобильный трафик. В настоящее время мобильные пользователи обгоняют пользователей настольных компьютеров с точки зрения числа.
- Источники трафика, которые показывают, откуда приходят посетители вашего веб-сайта, поэтому организация может изменить кампании, чтобы использовать эту возможность.
- Среднее количество просмотров за посещение показывает, как долго посетители остаются в поле зрения и, в частности, на страницах, так как это может дать организации представление о том, вызывает ли ее контент вовлеченность или нет.
- Коэффициенты конверсии. Превращение трафика веб-сайта в потенциальных клиентов или продажи является важным аспектом в

цифровом маркетинге. Мониторинг коэффициентов конверсии кампаний организации покажет эффективность маркетинга, особенно если разбить эту информацию на страницы, конкретный контент и продукты/услуги.

- Возврат инвестиций - ROI является важным ключевым показателем эффективности (KPI), который должен отслеживать каждый бизнес, так как это означает выживание бизнеса, если все усилия организации не способствуют реализации вашего ROI.

Этап 5. Необходимо определить цели для показателей успеха организации.

После того как определены KPI, которые необходимо отслеживать, необходимо установить конкретные цели для каждого из KPI. Цели - это числовые значения, и измерение эффективности по этим значениям может помочь организации определить успех кампании в количественном выражении. Необходимо установить отправную точку, следуя отраслевым оценкам, а также средним значениям из существующих аналитических данных организации (подойдет 3 месяца). Необходимо настраивать, измерять, отслеживать и вносить коррективы по мере приобретаемого опыта в процессе реализации кампаний цифрового маркетинга организации [1].

Этап 6. Необходимо выбрать и использовать хорошую аналитическую платформу.

Необходимо установить хорошие программы и приложения как бесплатные, так и платные, которые помогут облегчить измерение.

Аналитика сайта:

- Google Analytics - это бесплатное приложение от самого Google, которое позволяет организации отслеживать различную информацию о трафике и другую информацию о сайте.

- HubSpot - это хорошая аналитическая платформа, которая может помочь организации измерить трафик и входящий маркетинг, который идеально подходит для малого бизнеса.

- Adobe Marketing Cloud - эта интегрированная платформа может предоставить организации хороший в режиме реального времени прогнозный анализ производительности сайта.

- GoSquared - это еще одна платформа для мониторинга производительности в режиме реального времени, которая также имеет хороший канал отчетности электронной коммерции, чтобы помочь организации отслеживать доходы и рентабельность инвестиций.

- Moz - это комплексная аналитическая платформа, которая объединяет поисковую, социальную аудиторию и аналитику входящего маркетинга.

- Webtrends - эта платформа может предоставить организации многоканальное измерение, которое включает в себя веб, мобильный и социальный анализ.

SEO аналитика:

- Google Analytics помогает получать хорошие отчеты по SEO, если подключить инструменты Google для веб-мастеров к аккаунту организации в Google Analytics.
- Moz дает хорошее представление о том, как социальное присутствие и его влияние на SEO коррелируют или ведут себя.
- HubSpot - инструмент SEO от HubSpot может быть интегрирован в контент организации для простого мониторинга и оптимизации.
- RavenTools - он может предоставить организации интерактивный список того, где можно увеличить свой рейтинг, с данными, поступающими как из Google, так и из Bing.

Социальные медиа:

- Просто измерено - можно получить подробные данные измерений из различных социальных сетей, которые также можно интегрировать с Google Analytics.
- Socialbakers Analytics - предоставляет социальную аналитику и другие сравнительные данные анализа по конкурентам организации.
- Falcon Social - предоставляет различные приложения, которые включают в себя социальное прослушивание и управление социальными сетями в различных социальных сетях.
- Adobe Social - это хороший и всеобъемлющий инструмент для публикации, прослушивания в социальных сетях и измерения в социальных сетях.
- Hootsuite - один из самых популярных доступных пакетов управления социальными сетями, Hootsuite может предоставить организации хорошую производительность в социальных сетях в режиме реального времени.

Этап 7. Необходимо выполнить улучшения в реальном времени на основе результатов измерений.

После того, как собраны точные и содержательные аналитические данные и данные измерений, можно вносить коррективы и изменения в кампанию цифрового маркетинга с учетом собранной информации. Это предусматривает действия, которые должны быть выполнены незамедлительно, если ситуация требует таких действий.

Широкое использование цифрового маркетинга требует правильных измерений и аналитической работы, которая поможет организации отслеживать эффективность ее кампаний. С этими инструментами цифрового маркетинга все неопределенности будут удалены, и организация сможет оптимизировать и выполнить свои кампании с точностью и успехом.

Библиографический список

1. Саймон Кингснорт. Стратегии цифрового маркетинга. – М.: Изд-во Олимп-Бизнес, 2019. – С. 416.
2. Смит Крис. Конверсия. Как превратить лиды в продажи. – 2-е изд-е. – М.: Изд-во Альпина Паблишер, 2019. – С. 280.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ СКЛАДСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

А.П. Юдин,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Рассматривается необходимость и целесообразность применения прикладных программных продуктов оптимизации складской деятельности на примере конкретной компании. Определены особенности и функциональные возможности программы «1С- Логистика: Управление складом».

Ключевые слова: информационная система, логистика, склад, программный продукт, функция, товар, категория, задача, эффективность.

MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM WAREHOUSE ACTIVITIES

A. Yudin,

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Annotation. Necessity and expediency of application of applied software products of optimization of warehouse activity on the example of the concrete company is considered. The features and functionality of the program "1С - logistics: warehouse management are defined.

Keywords: information system, logistics, warehouse, software product, function, product, category, task, efficiency.

Значительную роль в повышении эффективности производства играет автоматизация различных видов деятельности, в том числе и процессов складской логистики. Продуманная система работы складов предприятия и интеграция системы складского учета с программными системами комплексного управления предприятием позволяет оперативно принимать решения о моменте начала закупок материалов и комплектующих, вести учет товарно-материальных ценностей [1].

Инвестиции в информационные системы оказывают положительное влияние на показатели эффективности логистической деятельности. Одним из вариантов совершенствования управления складской логистикой является информационная система WMS.

Фирма «АвтоПремиум» — это крупная сеть официальных дилерских центров компаний SKODA, Citroen, Peugeot в Санкт-Петербурге, а также BMW и BMW Motorrad, FORD, MITSUBISHI, AUDI, NISSAN, DATSUN в Твери.

На складе оригинальных деталей и аксессуаров «АвтоПремиум» поддерживается постоянный ассортимент товара около 2000 наименований. Площадь склада оригинальных деталей 30000 кв.м.

К сожалению, бизнес-процесс «Складирование» является не самой сильной стороной деятельности фирмы:

- Заполняется большое количество однотипных документов, что увеличивает время выполнения складских операций, и создает возможность совершения ошибки в заполнении форм отчетности;
- Информации о движении товара на складе обновляется недостаточно оперативно (отсутствует своевременная информации в процессе перемещения товара в зону отправки). что дезориентирует менеджеров по продажам при получении информации о товаре и его наличии.
- Сложность процесса поиска товаров на складе приводит к серьезным ошибкам при комплектации заказов, особенно у новых сотрудников.
- Отсутствие автоматизированной системы классификации заказов при сборке и отправке приводит к росту затрат на доставку товара и создает сложности при необходимости анализа информации.

Недостаточно эффективная работы складского хозяйства создает многочисленные проблемы в работе смежных подразделений и компании в целом. Новые сотрудники не всегда способны справиться с большими объемами информации, связанной с осуществлением их трудовых функций, и допускают ошибки в составлении отчетности. На складское хозяйство поступают жалобы сотрудников отдела продаж за задержки в обновлении информации, что зачастую является причиной отказа клиентам. Компания не готова к увеличению количества персонала для повышения оперативности обновления информации, так как это приведет к увеличению издержек, а также не готова терять клиентов из-за неопытности сотрудников. Поэтому наиболее целесообразным является внедрение информационной системы, которая позволит решить вопросы продуктивности и эффективности работы складского хозяйства и, соответственно, фирмы в целом.

Необходимо автоматизировать выполнение части функциональных обязанностей работников складского хозяйства, сократить возможность возникновения ошибок и повысить производительность труда складских работников [2].

На российском рынке решений для управления складской деятельностью в настоящее время представлено более 40 решений российских и зарубежных разработчиков. Наиболее подходящим решением для компании ООО «АвтоПремиум» является программный комплекс «1С-Логистика: Управление складом».

Главной особенностью использования информационных систем типа WMS является применение радио - терминалов. Использование радио терминалов позволяет:

- Повысить точность исполнения поставленных задач.
- Сократить время на выполнение складских операций.

- Сократить количество ошибок или вовсе предотвратить их появление.

- Контролировать процесс складских операций в режиме on-line.

Использование информационной системы позволит организовать функционирование склада без использования постоянных работников-операторов, поскольку большинство операций ведут кладовщики из окна терминала, а сам процесс работы с документами ограничен [3].

WMS-система строится на принципе выполнения локальных задач. Под задачей понимается действие с товаром, например перемещение товара между различными ячейками. Задачи группируются в потоки (очереди). Критерии группировки задач внутри потока могут оперативно меняться.

Программная топология системы автоматизации работы склада обеспечивает функциональность:

- Обработка данных о топологии склада, выделенных зонах хранения материалов и товаров, объеме мест хранения, типах необходимых стеллажей

- Настройка взаимодействия зон (разграничение буферных и транзитных зон), а также настройка правил маршрута обхода при выполнении складских операций.

Поддерживаются различные варианты учета номенклатуры материалов и товаров:

- Учет товара по единицам хранения или различным типам упаковки.
- В целях контроля качества разграничиваются показатели качества товара.

- Ведется контроль весовых и габаритных характеристик.
- Контроль нормативов при помещении товара на паллет (количество и высота слоев).

Основной единицей измерения служит контейнер. Он имеет разную вместимость и внешний вид: в грузовых стеллажах используются паллеты, а в ячейках полочного типа - коробки, ящики, лотки и т.д. Функции контейнерного хранения:

- Контейнеры формируются во время приемки или отгрузки товара.
- В системе отслеживается вместимость контейнеров по количеству, весу и высоте.

- Массогабаритные характеристики устанавливаются при выборе товара, типа контейнера и типа ячейки.

- При размещении контейнера осуществляется контроль вместимости ячейки по количеству, высоте, а также контроль вместимости контейнера с товаром по массе.

Проекты внедрения информационной системы в складское хозяйство являются эффективными даже в условиях роста затрат на оборудование и программное обеспечение. Применение WMS - системы позволит выстроить более конкурентоспособное ценообразование, оптимизировать систему сбыта, увеличит оборот товаров и привлечет новых клиентов, что будет способствовать росту прибыли компании.

Библиографический список

1. Гаджинский, А. М. Логистика / А. М. Гаджинский. – М.: Дашков и К, 2012. – 484 с.
2. Демин, В. Оптимизация ключевых операций складского технологического процесса / В. Демин [Электронный ресурс] – Электрон. дан. – Портал «iTeam», 2015.
3. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / Высшая школа экономики (ВШЭ), Национ. иссл. ун-т (НИУ); под ред. В.И.Сергеева. – М.: Инфра-М, 2013. – 634 с.: ил.

УДК658.5.011

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ПРОСТРАНСТВА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.В. Яковлева,

ст. преподаватель

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

В.К. Козлов,

доцент

Е.С. Царева

доцент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Аннотация. Представлен общий анализ возможностей, преимуществ и основных направлений использования цифровых технологий в организационном пространстве позиционирования производственных предприятий как фактора конкурентного развития и повышения конкурентоспособности логистической организации процесса создания ценности.

Ключевые слова: предприятие, логистический поток, логистический функционал, производственные сети, цепи поставок, цифровая трансформация, цифровые технологии, «умные» технологии.

DIGITAL TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF FORMATION OF ENTERPRISE POSITIONING SPACE

N. Yakovleva,

Senior lecturer

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

V. Kozlov,
Associate professor

E. Tsaryova,
associate professor

Saint Petersburg State University of Economics

Abstract. Summarizes the features, advantages and main uses of digital technologies in the organizational space positioning of industrial enterprises as a factor of competitive development and increase of competitiveness of the logistic organization of the process of value creation.

Keywords: enterprise, logistics flow, logistics functionality, production networks, supply chains, digital transformation, digital technologies, smart technology.

Развитие и внедрение цифровых технологий оказывает существенное влияние на формирование информационной структуры организационного пространства позиционирования производственных предприятий и обуславливает актуальную тенденцию, определяющую их конкурентную стратегию, равно как и стратегию позиционирования, в конкурентной среде.

Влияние цифровых технологий на трансформацию пространства позиционирования предприятия правомерно рассмотреть в контексте ключевых сфер цифровой трансформации в трактовке Д.Л. Роджерса [2]: потребительской (клиентской), ценностной, инновационной, информационной и собственно конкурентной.

Основное влияние цифровых технологий в структуре представленных сфер трансформации проявляется в следующем:

1. *Потребительская – клиентская сфера.* Цифровые технологии обуславливают определяющую ценностную ориентацию сетевой организации потребителей, обеспечивающую их взаимовлияние и взаимодействие с субъектами предложения, равно как и между собой.

Цифровые технологии становятся и для самих потребителей инструментальным средством обеспечения точного и быстрого проявления и удовлетворения своих ценностных запросов и предпочтений в структуре логистического функционала.

2. *Ценностная сфера.* Цифровые технологии обуславливают более динамичный характер изменений в части содержания, условий, времени ценностного представления требуемых потребителям ресурсов во исполнение логистического функционала результативности.

3. *Информационная сфера.* Цифровые технологии проявляются следующим образом:

- обуславливают расширение и увеличение разнообразия структуры информационного пространства и обеспечение более широкого доступа к информационным ресурсам;
- обеспечивают прозрачность информационного взаимодействия и возможности адекватной и своевременной реакции участников цепей

поставок на изменения запросов потребителей.

В части производства цифровая трансформация влечёт:

- повышение сложности и точности информационного моделирования;
- расширение сферы информационного моделирования – жизненного цикла создания ценности (продукта-товара-ресурса);
- представление информационной модели (макета) как законченного относительно самостоятельного информационного продукта – создаваемой ценности.

4. *Инновационная сфера.* В структуре рассматриваемых сфер она является центральной, ибо, с одной стороны, являет цифровые технологии их новым инструментом, с другой, расширяет инновационную структуру как основу создания конкурентных преимуществ, что, в свою очередь, расширяет возможности конкурентного позиционирования, а также (при прочих равных) обуславливает и потенциальные возможности снижения как материальных и трудовых затрат, так и затрат времени.

Нарастающая затратность удовлетворения растущих потребительских запросов, рост альтернативных издержек обеспечения растущего спроса; возрастающая склонность к экономичному потреблению, усиление прагматичного подхода к потреблению, востребуют применения ресурсосберегающих («умных») технологий, которые не сводятся только к цифровым.

К отмеченным выше следует добавить и организационно-управленческие инновации, основывающиеся на новых концептуальных подходах: социальное производство, децентрализованное производство; производство в режиме непрерывного технологического цикла и др.

5. *Конкурентная сфера.* Проявления влияния цифровых технологий в конкурентной сфере обуславливает повышение уровня доступности информации и скорости обмена ею между участниками рынка, что приводит к расширению географических границ товарных рынков и увеличению количества продавцов, снижению возможностей для дифференциации продуктов и услуг и снижению издержек на получение информации о сделке и об участниках обмена – тем самым, к изменению характера и динамики конкуренции:

- повышению её интенсивности и давления конкурентных сил на предприятие, что ослабляет позицию предприятия на рынке;
 - изменению структуры (состава и организации) источников конкурентных преимуществ;
 - реструктуризации – асимметричному сдвигу самой конкуренции с последующей реорганизацией систем создания ценности – цепей поставок.
- При этом информационный продукт, как уже отмечалось, становится относительно самостоятельной ценностью в структуре последних и более того, расширяет единое координируемое информационное пространство производственной сети.

Основной технологический инструментарий в означенных сферах представлен в таблице.

**Основной технологический инструментарий
в пространстве сфер цифровой трансформации**

Сфера трансформации	Технологический инструментарий
Потребительская – клиентская	- бизнес-платформы в том числе цифровые - социальные медиа - мобильные технологии
Ценностная	- большие данные (BigData) - «умные» технологии - block-chain технологии - социальные медиа - аддитивное производство
Информационная	- облачные и туманные технологии - интернет вещей (индустриальный интернет) - «умные» технологии - аналитика больших данных (BigData) - мобильные технологии - инструменты моделирования
Инновационная	- облачные и туманные технологии - технологии аддитивного производства - робототехника и автоматизация производства - интернет вещей (индустриальный интернет) - «умные» технологии - инструменты моделирования
Конкурентная	- облачные и туманные технологии - мобильные технологии - социальные медиа - бизнес-платформы - «умные» технологии - block-chain технологии

Конкурентная сфера в итоге определяется системой трёх существенных измерений рассматриваемых сфер: ценностного (в его расширенном контексте), затратного и временного, – ключевым образом определяющих тенденции формирования конкурентного преимущества и конкурентной стратегии и позиции предприятия.

В контексте Индустрии 4.0 производственные сети обуславливают воплощение известных пяти парадигм:

- вертикальная и горизонтальная интеграция;
- децентрализованный интеллект;
- децентрализованное управление;
- непрерывное цифровое проектирование – цифровое представление и моделирование всего производственного процесса от проектирования до изготовления продукции как интегрально двуединый физический процесс;
- киберфизические производственные системы, обуславливающие относительно автономный в определённых пределах физический с обратной связью самоконтроль процесса производства продукции на основе «умной» продукции и оборудования. [1,3].

Таким образом, представленные (но не исчерпывающие) положения свидетельствуют о достаточно существенном многоплановом влиянии цифровых технологий на информационное и организационное пространство позиционирования производственных предприятий, формируемое вокруг логистического потока предприятия, и, как следствие, на структуру цепей поставок в контексте сетевой организации, включаемых в контур динамичного воспроизводства создаваемых ценностей.

Библиографический список

1. Липкин Е. Индустрия 4.0: Умные технологии – ключевой элемент в промышленной конкуренции / Е. Липкин. – М.: ООО «Остек-СМТ», 2017. – 224 с.
2. Роджерс Д.Л. Цифровая трансформация. Практическое пособие / Д.Л. Роджерс; пер. с англ. – М.: Издательская группа «Точка», 2017. – 344 с.
3. Цифровой бизнес: учебник / кол. авторов; под ред. О.В. Китовой.– М.: ИНФРА-М, 2018. – 418 с.

Раздел 3
**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
И УНИВЕРСИТЕТЫ БУДУЩЕГО**

УДК 37.026

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
«ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» ПОКОЛЕНИЮ Z**

К.Н.Антонова,

доцент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Аннотация. Проблема формирования иноязычной коммуникативной компетенции обнаруживает новые грани у студентов так называемого поколения Z. В статье приводятся основные трудности, возникающие в процессе обучения и пути их преодоления.

Ключевые слова: коммуникативная компетенция, поколение Z, формирование лексических навыков, формирование грамматических навыков.

**SPECIFIC FEATURES OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE
TO GENERATION Z**

K. Antonova,

Associate professor

Saint-Petersburg State University of Economics

Abstract. The problem of formation of foreign language communicative competence reveals new facets in students belonging to the so called generation Z. The article presents the main difficulties encountered in the learning process and ways to overcome them.

Keywords: communicative competence, generation Z, formation of lexical skills, formation of grammatical skills.

Проблема качества подготовки по иностранному языку и деловому иностранному языку студентов-бакалавров нефилологических направлений в последние годы приобрела особую остроту, что в немалой степени связано с усугубившимися психологическими различиями поколения преподавателей и студентов, и как следствие, разным восприятием информации.

Согласно «Теории поколений», созданной американскими учеными Нейлом Хоув и Вильямом Штраус в 1991 году, нынешние студенты первого, второго и третьего курсов относятся к так называемому «Поколению Z»

(Generation Z, Generation M, Net Generation, Internet Generation), которое представляет собой своеобразное переходное поколение из XX века в век XXI.

Для них характерны свободное владение мультимедийными технологиями, психологическая нетерпеливость и сосредоточенность на краткосрочных целях, низкая амбициозность по сравнению с предыдущими поколениями, ориентированность на потребление, склонность к индивидуализму, отсутствие склонности становятся частью определённых групп, уверенность в своих взглядах благодаря сети Интернет и в собственном праве принимать решения, способность отлично работать с информацией, любовь к порядку и логичности, и, как следствие, ожидание «упорядоченности» от окружающего мира и учебы, потребность в оценке своей деятельности как положительной, так и отрицательной, тяготение к восприятию визуальной информации, прагматизм и стремление к максимальной эффективности деятельности, фрагментарность, а в некоторых вопросах поверхностность образа мыслей.

Проблема формирования коммуникативной компетентности является одной из наиболее сложных проблем в теории и методике профессионального образования, различные аспекты формирования которой неоднократно освещались в исследованиях педагогов, методистов, психологов. При этом в эпоху «Поколения Z» эта проблема получила неожиданное преломление: современные студенты успешно справляются с условно-речевыми упражнениями, требующими действий по алгоритму, с заданиями типа «раскройте скобки», составьте предложения из предложенных лексических единиц по образцу. Однако развитие продуктивных видов речевой деятельности, таких, как порождение связных устных и письменных монологических высказываний, а также задания по переводу профессионально ориентированных текстов с английского языка на русский и с русского на английский и вызывают значительные трудности у студентов.

По нашему мнению именно поколенческие особенности являются определяющими в возникновении этих особенностей и, несомненно, учета при организации учебного процесса и построении урока по любому предмету, и по иностранному языку, в частности.

Выбору адекватных стратегий обучения будут способствовать рекомендации, изложенные Дж. Коатсом в книге «Поколения и стили обучения» [1], и адаптированные для российского образования А.В. Сапой в статье «Поколение Z – поколение эпохи ФГОС» [2]. Среди них наиболее значимыми для дисциплины «Иностранный язык» автору представляются следующие: хорошо структурировать учебный процесс, предоставляя точную информацию о том, что и в какие сроки необходимо сделать; обеспечивать «обратную связь»; делать учебный материал «ярким и зримым»; делать текстовые материалы простыми для восприятия, такими, чтобы структура текста соответствовала его содержанию, а ключевые пункты были выделены

визуально; использование мини-новостей, твитов и формата общения в социальных сетях; четко подводить итоги каждого этапа обучения и немедленно ставить задачи на следующий этап; давать возможность студентам демонстрировать знания в той области, в которой они сильнее, и проявлять искреннюю заинтересованность в этих знаниях; помнить о важности устной коммуникации, использовать учебные методики, которые включают устный обмен информацией; подавать материал в оптимистичном тоне, ибо позитивизм мышления способствует умственной активности; ставить реальные цели; использовать время эффективно, разделив его на промежутки по 25–30 минут, в течение каждого из которых менять вид деятельности; избегать «избыточности» преподносимой информации.

Все сказанное выше объясняет, почему студентам поколения Z трудны тексты большого объема, а их мышление ориентировано на то, чтобы перерабатывать информацию короткими порциями.

Данные рекомендации следует учитывать при подборе учебных заданий, в наибольшей степени ориентированными на поколение Z. Задания на подготовку презентаций в формате power point обычно не вызывают затруднений у современных студентов, однако, создание связного текста, комментирующего презентацию, зачастую становится непосильной задачей. Целесообразно предлагать студентам языковые клише, применимые на разных этапах показа материала. Использование заранее подготовленных и одобренных преподавателем языковых структур будет с одной стороны способствовать психологическому комфорту выступающего, а, с другой стороны будет служить своеобразным планом построения высказывания.

При выработке презентационных навыков уместно использовать чужие презентации, давая задание составить связный текст на иностранном языке на основе презентации с последующим сравнением с реальным текстом.

Предоставление студентам поколения Z оценочных листов с четко сформулированными критериями качественной презентации также является средством, обеспечивающим учет поколенческих особенностей студентов.

При проверке письменных работ и тестов следует прибегать к такому виду работы как оценка и проверка работ однокурсников с последующим рецензированием.

Уже завоевавшие популярность в университетской среде электронные образовательные платформы, типа Moodle, и представленный в них инструментарий способов дистанционной передачи информации также лежит в русле психологических особенностей современных студентов. Лекция, представленная в дистанционном курсе в виде видеофайла, воспринимается иначе, чем страница учебника, на каком бы носителе она ни была размещена, поскольку задействует несколько каналов восприятия информации – вербальный, визуальный, аудиальный. В связи с их прекрасным владением современными способами получения информации имеет смысл давать студентам задание сделать подборку видеороликов, размещенных в YouTube на ту или иную тему и предложить дать оценку

каждому из них с опорой на конкретные языковые клише, формирующие иноязычное оценочное суждение.

Задействовать кинетический (жестовый) канал передачи информации поможет игра в пантомиму, в ходе которой студенту ставится задача изобразить мимикой, жестами и движением содержание своего высказывания, а зрителям необходимо выразить увиденное в вербальной форме.

Активизации всех каналов передачи и восприятия информации будет способствовать задание самим снять видеоклип или видеоролик по рассматриваемой теме.

Не следует, однако, отказываться и от традиционных методик работы с текстом, направленных на формирование умений восприятия и обработки информации, а также создания на основе прочитанного новых текстов с использованием средств когезии, т.е. обеспечения связности, и когерентности, т.е. обеспечения логико-семантической целостности текста.

Подводя итог, заметим, что развитие современных информационных технологий привело к тому, что практически любой текст может существовать на сегодняшний день в двух формах: традиционной и в форме мультитекста. Под мультитекстом мы понимаем тексты, «для отображения которых используется связная последовательность разнородных символов (знаков вербальной и невербальной природы)» [3]. Современные мультитексты разнообразны по своей жанровой принадлежности. Среди них и современные произведения массовой литературы, сетевые и печатные СМИ, тексты, используемые в учебном процессе в аудитории и в виртуальной среде, презентации на научных конференциях, разнообразная инфографика и т.д.

Наряду с особенностями организации учебного процесса в свете поколенческих особенностей студентов от преподавателей требуется формирование как у студентов, так и у преподавателей особой дискурсной компетенции с учетом гибридного тексто-ситуационного дискурса, воплощенного в мультитекстах.

Реализация дискурса в современной высокотехнологичной полимодальной насыщенной информационно-коммуникационной среде требует не просто овладения умением пользоваться новыми техническими средствами, но и развития умения создавать на основе новых коммуникационных технологий мультитексты, и воспринимать их.

Формируя иноязычную дискурсную компетенцию, мы формируем компетенции автора и реципиента. Преподаватель и студент попеременно выступают то в одной, то в другой роли. От успешности этой коммуникации во многом зависит успешность решения современными студентами стоящих перед ними задач.

Библиографический список

1. Коатс Дж. Поколения и стили обучения. - М.:МАПДО, Новочеркасск: НОК, 2011.

2. Сапа А. В. Поколение Z – поколение эпохи ФГОС // Инновационные проекты и программы в образовании, 2014. № 2. - С. 24-30.

3. Тексты новой природы в образовательном пространстве современной школы: // Педагогика текста: сб. матер. VIII Междунар. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 21 октября 2016 г. / под ред. Т.Г. Галактионовой, Е.И. Казаковой. – СПб.: Лема, 2016. – 118 с.

УДК 378.4

ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ НОВОГО БРЕНДА УНИВЕРСИТЕТА

В.В.Кириллова,
доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Рассматриваются различные точки зрения на процесс формирования бренда вуза, представленные в зарубежной исследовательской литературе. На основе личного опыта работы в университетах Европы высказывается точка зрения автора по вопросу «игры брендов» в условиях консьюмеризма современного высшего образования в России и за рубежом.

Ключевые слова: система высшего образования, обусловленность бренда, ребрендинг, престижная составляющая вуза, факторы влияния.

FUNDAMENTAL FACTORS DETERMINING THE NEW BRAND OF THE UNIVERSITY

V. Kirillova,
Associate professor

Higher School of Technology and Energy
Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. Different points of view on branding in the higher education system presented in foreign scientific literature are discussed. Based on the personal experience of research work at some European universities the author's opinion about «game of brands» is suggested.

Keywords: higher education system, game of brands, university prestige, conditioned brand, institutional development.

Ранее автором были рассмотрены некоторые вопросы имиджа и бренда высших учебных заведений России [1 - 4]. Изучались положительные и отрицательные аспекты данного понятия, которые появились в условиях объединения или слияния вузов. Исследовалось, какие дополнительные аспекты в понимание этого явления привнесли изменения в экономической ситуации как в мире, так и в нашей стране. Так называемая маркетизация высшего образования, появление новых «игроков» в образовательном пространстве, требует изучения аспектов, связанных с появлением нового значения у понятия «бренд» университета.

Предлагалось к рассмотрению опыт использования бренда университетов в России, в западной Европе и США. Наряду с большим количеством схожих черт, существуют значительные отличия в использовании понятия «имидж» и «бренд». Это позволяет выбрать лучшие образцы применения этих понятий, и учитывать негативный опыт их «неправильного» использования. Автором намеренно берется слово **неправильно** в кавычки, поскольку такое определение может быть достаточно субъективным. К тому же понять, что правильно, а что нет в работе над новым имиджем университета возможно, только пройдя определенные этапы построения этого бренда. Задача автора состояла в том, чтобы предостеречь от «игры в бренды», постараться выстроить правильную стратегию и уже на имеющемся опыте как российских, так и зарубежных вузов рассмотреть и предложить сравнительно новое понимание имиджа вуза.

Итак, в чем же смысл игры брендов? В том, чтобы просто создать привлекательный имидж организации или в том, чтобы разработать и донести такие образовательные услуги до студентов и общества, в которых они нуждаются?

С одной стороны, достаточно много сторонников той точки зрения, что брендинг – это просто «репутационный менеджмент», следовательно, ни что иное как самопрезентация [5, с.18]. С другой стороны, значительное количество исследователей системы высшего образования рассматривают брендинг как неотъемлемую часть и маркетинга данного учебного заведения, и его стратегических решений [6, с.43]. Такое понимание означает, что брендинг может быть значительно более глубоким процессом, тесно связанным с развитием института и предоставлением образовательных услуг высокого уровня.

На практике мы можем наблюдать, что обе точки зрения по вопросу основного значения термина «брендинг» присутствуют, поскольку различные вузы используют и изменяют свой бренд с различной степенью интенсивности и с разной целью. Тем не менее, исследования в области высшего образования в Европе и Северной Америке, которые проводились на протяжении последних 30-40 лет, указывают, что это процесс брендинга требует более глубокого подхода, поскольку с момента его реализации и до момента его окупаемости, получения дивидендов, проходит значительный отрезок времени. Исследователи [5] приводят аргументы, что центральным фактором, способствующим развитию университетов, является выбор стратегических целей. Причем таких целей, которые университеты в силах реализовывать в течение достаточно длительного периода времени постоянно и последовательно. Причина, почему некоторые университеты преуспевают в данном процессе, исследователи видят в том, что руководство ставит хоть и амбициозные, но вполне реализуемые стратегические цели развития и усилия всех сотрудников и преподавателей такого университета подчинены достижению этих целей.

Можно сделать вывод из предыдущего высказывания, что организационные изменения в большей или меньшей степени определяются и зависят от самой организации, а также происходят в результате достаточно жестких действий университетского руководства. Несмотря на существующие примеры развития университетских брендов и, вследствие этого, самих университетов, доказывающих необходимость и важность стратегического видения развития вуза и творческого руководства, все еще существуют скептики, задающие вопросы о том, как подобные стратегии в действительности разрабатываются и развиваются и как они появляются в виде стратегий? Что это – видение, которое внезапно посетило и озарило какого-то талантливое и экстраординарное руководство?

Несмотря на то, что подобные вопросы могут вызвать улыбку, ученые, изучающие организационные изменения в системе высшего образования в эпоху рыночных изменений, со всей серьезностью подходят к ответам на них.

Известный американский исследователь, теоретик организационной коммуникации, Карл Вейк убежден, что центральным фактором, вовлеченным в процесс разработки и развития идей, является концепция принятия Положения (нормативных актов, статей Устава) об университете, которое в дальнейшем принимает силу закона. Согласно концепции Вейка, такое Положение и его нормативные акты – это процесс построения организации посредством осмысления и истолкования выводов о том, что окружающие, другие лица, думают о нас и того, как мы видим самих себя [7]. Ключевым положением здесь является мысль о том, что ни внешняя, ни внутренняя информация не являются тем фактором, который приводит, подводит или подталкивает к определенным идеям. Все совсем наоборот! Именно развитие идей включает процесс «строительства» и «отбор идей». Идеи произрастают из уже достигнутых успехов и ожиданий в будущем, нечетких и не всегда ясных организационных ограничений, а также благодаря положительной и отрицательной информации об университете. Восприятие нас окружающими, то, что мы сами думаем об окружающих и то, что мы считаем, окружающие думают о нас – все это жизненно важно для построения бренда университета и организационных изменений вуза.

Последнее заключение представляется важным, если мы определяем брендинг не как процесс, начатый наспех и впопыхах, но как долговременный и достаточно фундаментальный процесс, продиктованный не только руководством и сотрудниками самого института, но также четко обусловлен закрепленными в обществе представлениями и суждениями об этом вузе, которые высказываются окружающими. Следовательно, если «бренд», определенного института, определяет уже сложившийся в обществе имидж данного вуза, то последствия этого таковы: брендинг становится процессом «переговоров» и размышлений, интерпретации и преобразования, и, следовательно, создания пространства для маневра между внешними ограничениями и амбициями университета.

Библиографический список

1. Кириллова В.В. Организационные изменения высших учебных заведений и обоснованность их нового имиджа и бренда // Современные условия взаимодействия науки и техники: сб. статей Международной науч.-практич. конф. (13 декабря 2017 г, г. Уфа). В 3 ч. Ч.3 -Уфа: МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2017. С. 70-76.

2. Кириллова В.В. Необходимые организационные меры по созданию имиджа университета в новых экономических условиях. Особенности подготовки специалистов в вузе в условиях экономического кризиса // Материалы Всероссийской науч.-метод. конф., - СПб.: СПбГТУРП, 2009.

3. Кириллова В.В. Укрепление имиджа университета в условиях системы рейтинга вузов. Создание нового бренда. // Евразийский Союз Ученых: Международный науч.-исслед. Журнал / N6(63), Ч. 7. С.10-13, ISSN 2411-6467 ISSN(Online) 2413-9335, DOI 10.31618/ esu.2411-6467.8.53.1.

4. Кириллова В.В. Некоторые негативные аспекты, возникающие при формировании бренда университета // Наука и образование XXIII: Международная научно-практическая конференция. МЦНС «Наука и просвещение», Пенза, 2019.

5. Temple, P. Branding in Higher Education: Elusion and Reality. Perspectives. 2006, Vol.10, pp.15-19.

6. Litten, L. «Marketing in Higher Education: Benefits and Risks for the American Academic System», Journal of Higher Education, Vol. 51, PP.40-59.

7. Weick K.E. « Sensemaking in Organisations», Sage Publications, London, 1995.

УДК 37

ПРОЕКТ ЮНЕСКО «ОБУЧАЮЩИЕСЯ ГОРОДА И РЕГИОНЫ»: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Н.П. Литвинова

профессор

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Переход человечества в эпоху глобализации и экономики знаний оказывает влияние на все стороны жизни общества, в первую очередь, на повышение качества важнейшего фактора развития страны - человеческого капитала. Соответственно, растут требования и к уровню качества в сфере образования, особенно в сфере повышения квалификации работающего населения. Меняющиеся внешние условия требуют адекватной реакции, новых форм и методов работы. Одним из ответов на новые условия является развитие инновационных форм повышения квалификации специалистов. В статье на примере развития глобального проекта

«Обучающиеся города и регионы» представлена инновационная проектноориентированная форма повышения квалификации специалистов.

Ключевые слова: инклюзивное образование, проект ЮНЕСКО «Обучающиеся города и регионы», проектно-ориентированное повышение квалификации специалистов, социальное партнерство, сетевое взаимодействие, международное сотрудничество.

**UNESCO PROJECT
"LEARNING CITIES AND REGIONS»:
PROBLEMS AND SOLUTIONS**

N. Litvinova

Professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. Development of specialists is an adequate reaction of the transition of mankind to the era of the knowledge economy. An innovative form of professional development of specialists is presented on the example of the implementation of the UNESCO global project “Learning cities and regions” in the context of the federal project “New opportunities for everyone” national project "Education".

Keywords: UNESCO project “Learning cities and regions”, project-oriented professional development of specialists, inclusive education, social partnership, networking, improving the quality of life of the population, international cooperation.

Реализация нового проекта ЮНЕСКО «Обучающиеся города и регионы» – ответ общества на вызовы глобализации и экономики знаний, изложенный в материалах конференции ЮНЕСКО по образованию взрослых в 1997 г. в Гамбурге (Германия) и получивший мировое одобрение в 2009 г. на международной конференции ЮНЕСКО в г. Белен (Бразилия), закрепленный в итоговом документе «Беленские рамки действий» как переход человечества в эпоху инклюзивного образования, в значении обучения для всех, всегда и везде [1].

Обучающим называют регион, город или деревню, которые продвигают образование на протяжении жизни для достижения целей в обеспечении стабильного экономического и социального развития; это те сообщества, где сохраняются традиционные ценности, поощряющие личный рост и социальное единство через развитие человеческого потенциала граждан этого сообщества. Обучение в таких сообществах происходит в школах, университетах, на работе, дома. Этот социальный феномен входит в повседневную жизнь граждан. В этом случае обучение на протяжении жизни может помочь повысить качество жизни жителей города. Жители стараются поддерживать местные традиции, уважать другие народы и культуры. Путь

становления каждого обучающегося города своеобразен. На это влияют как внешние факторы, так и внутренние.

Основными требованиями, которым должны соответствовать обучающиеся города и регионы, являются гарантии всем гражданам права на образование, права принимать активное участие в жизни общества в соответствии с возрастом граждан, личными обстоятельствами и в соответствии с образовательным процессом, который очень разнообразен в наше время. Для реализации проекта город должен:

- не только способствовать получению формального образования в школах, но и поощрять неформальные внешкольные учреждения и образовательные проекты, которые находятся за пределами системы формального образования, но имеют к нему непосредственное отношение, убирают препятствия и негативное влияние на образование из-за специфики городской жизни. Город может и сам стать неформальным источником образования, предоставляя четкую и подробную информацию об образовательных ресурсах, имеющихся в городе;

- не допускать маргинализации меньшинств, предоставлять места для встреч, продвижения коммуникации, диалога и развития межпоколенческих отношений;

- оказывать всяческое содействие жителям. В случае необходимости организовать специализированный тренинг для родителей по воспитанию детей и предложить молодежи до достижения зрелого возраста новые перспективы, новые горизонты в меняющемся мире, то есть то, что ни семья, ни школа не в состоянии дать им для саморазвития;

- содействовать солидарности среди жителей города, чтобы они принимали активное участие в жизни города и стали его частью;

- поощрять ассоциации, организованные гражданами, которые помогут воспитать новые поколения путем укрепления их участия в общественной жизни;

- поощрять культурное развитие граждан в социальной среде, уважать тех, кто приносит новые языки, новые идеи и укрепляет местное сообщество.

В Лимерикской декларации ЮНЕСКО определены задачи школ, вузов, предпринимателей и общественных организаций в реализации проекта «Обучающиеся города и регионы». Более тысячи городов реализует этот проект. Научную поддержку проекту оказывает международная организация ученых «Паскаль», в которой консультируют более 300 исследователей, из них 68 являются Нобелевскими лауреатами. Начиная с 2013 г. каждые два года проводятся международные конференции обучающихся городов и регионов, публикуются индикаторы оценок успешной реализации проекта, опыт самых успешных городов, поэтому есть возможность досконально изучить этот опыт и адаптировать его к нашим условиям [2].

На основе изученной литературы, опыта первых обучающихся регионов в Республике Корея и Японии, нами был разработан алгоритм

создания обучающегося города и региона, уточняемый по мере накопления опыта, публикуемого в зарубежных и отечественных источниках. Данный алгоритм прошел успешную апробацию в ряде территорий: с 2001 г. в г. Боровичи Новгородской области, с 2008 г. в селе Михайловском Алтайского края, с 2009 г. в г. Иркутске и Иркутской области, с 2015 г. в Альшеевском районе Республики Башкортостан и Чистопольском районе Республики Татарстан. Это стало возможным благодаря применению инновационной проектно-ориентированной технологии повышения квалификации специалистов [3].

Основными особенностями проектно-ориентированного повышения квалификации специалистов являются соединение теоретического обучения с реализацией практической задачи. Это позволяет иметь в качестве результата не только повышение квалификации специалистов, но и запуск разрабатываемого проекта, организацию мониторинга его реализации, возможность необходимой корректировки выявленных слабых элементов и определение дальнейших направлений его развития.

Условиями успешного перехода на проектно-ориентированную форму повышения квалификации являются:

А. Полноценное научно-методическое обеспечение изучения программы курса, включающее в себя:

- Алгоритм создания обучающихся городов и регионов (таблица).
- Алгоритм создания высшей народной школы для старшего поколения на примере стационарной Высшей народной школы для взрослых на базе учреждений социальной защиты населения и учреждений культуры.
- Учебно-методические материалы: Практикум по реализации алгоритма развития обучающихся городов и регионов. Практикум для проведения акции «Неделя образования взрослых» для молодежи-волонтеров. Практикум по культурному образованию и социально-культурной адаптации трудовых мигрантов и новых жителей. Кейсы по материалам конференций ЮНЕСКО по обучающимся городам и регионам 2013 г., 2015 г., 2017 г. Кейс по сельскому обучающемуся сообществу: 26 моделей выхода села из кризисного состояния [4].
- Документальные видеофильмы по всем направлениям проекта.

Б. Формирование проектно-ориентированной учебной группы по принципу команды.

Набор групп обучающихся из одного населенного пункта, включающих не только руководителей и специалистов учебных заведений, но и представителей администрации.

В. Учебный процесс с выполнением практических заданий, с вариантом реализации проекта для города и села. Принятие официального решения о старте программы. Создание Общественного Совета по развитию обучающегося города или села.

АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ (РАЗВИТИЯ) ОБУЧАЮЩЕГОСЯ РЕГИОНА

I. Определение социально-экономических проблем региона	II. Выбор образования населения в качестве стратегического фактора развития территории	III. Изучение зарубежного и отечественного опыта модели «обучающийся регион» как стратегии развития региона. Учет особенностей реализации проекта в сельской местности
IV. Выявление образовательных потребностей населения	V. Определение и характеристика провайдеров образования	VI. Гармонизация образовательных потребностей и возможностей образовательной среды
VII. Реализация плана социально - экономического развития. Налаживание сетевого взаимодействия между участниками	VIII. Экспертиза качества реализации проекта по международным критериям	IX. Результаты реализации проекта и определение путей его дальнейшего развития. Расширение партнерских связей, участие в международных программах.

Г. Мониторинг реализации проекта с использованием индикаторов ЮНЕСКО: Ключевые показатели обучающихся городов и регионов. Пекин, 2013 г. Матрица «Измерение/уровень» эффективности инноваций в образовании. Оценка образовательного нововведения с учетом различных эффектов от его реализации.

Д. Обобщение результатов стартового этапа реализации проекта. Учреждение постоянно действующего Регионального Центра по развитию городов и регионов на основе проектно-ориентированного повышения квалификации специалистов.

Реализуемые проекты стали предтечей в осуществлении задач Федерального проекта «Новые возможности для каждого», Национального проекта «Образование» и подтвердили успешную апробацию, поскольку все территории развивают и сегодня идеи инклюзивного образования.

Библиографический список

1. Литвинова Н.П. Обучающиеся города и регионы в контексте становления культуры обучения на протяжении всей жизни // Журнал правовых и экономических исследований. 2014. № 3. С.179-185.
2. Бутко Е.Я., Литвинова Н.П. Развитие обучающихся регионов - ответ на вызов современности // Вестник Российской академии естественных наук. 2014. № 3. С.65-70.
3. Боровичи в едином образовательном пространстве России. Серия «Образование взрослых в современном мире». Т. 2 /под общ. ред. Н.П. Литвиновой. СПб., 2006. - 155 с.
4. Литвинова Н.П., Голивцова Н.Н. Исследование образовательных потребностей жителей сельской местности // Образование и проблемы развития общества. 2019. №1(7). С. 80-85.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ПРОФЕССИИ БУДУЩЕГО

О.А. Морозов,

доцент

М.Н. Луппиан,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. В статье приведены изобретения человечества, повлекшие за собой появление новых отраслей и профессий, векторы развития современного образования, а также основные тренды, навыки и компетенции, определяющие образ профессии будущего.

Ключевые слова: цифровизация, автоматизация технологий, атлас новых профессий, онлайн-курсы

DIGITALIZATION AND PROFESSIONS OF THE FUTURE

O. Morozov,

Associate professor

M. Luppian,

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. The article presents the inventions of mankind, which entailed the emergence of new industries and professions, the vectors of development of modern education, as well as the main trends, skills and competencies that determine the image of the profession of the future.

Keywords: digitalization, technology automation, atlas of new professions, online courses

Современный словарь менеджера в условиях цифровизации экономики заполнен новыми словами и понятиями, которые емко определяют стремительно меняющую реальность. Новые термины в эпоху интернета появляются и исчезают очень быстро, сегодня на слуху такие из них, как гаджеты, нейросети, искусственный интеллект, индустрия 4.0. Ведущие экономисты мира прогнозируют начало войны роботов и людей, в которой победят, по их мнению, отнюдь не люди. А всё дело в том, что новые технологии, внедряемые на производстве, вскоре заставят исчезнуть многие из ныне востребованных профессий. Но это не значит, что машины полностью заменят человека на рынке труда, оставив без работы миллиарды людей [1].

Все изобретения были сделаны для того, чтобы облегчить труд человека или его заменить полностью: конвейер был изобретен с целью заменить ручной труд человека, компьютеры - чтобы заменить человека в расчетах (табл.1).

Таблица 1

Изобретения человечества [2]

Годы	Изобретения
550-800	Плуг, колесо, мельница, веретено, прялка, смоление
800-1200	Кузнечное дело, гончарный станок
1200-1300	Ременная передача, бурав, непрозрачное стекло
1300-1400	Ткацкий станок, булатная сталь
1400-1500	Цемент, каменное домостроительство, чеканка монет
1500-1600	Порох, гравировка, печатное дело, прозрачное стекло, зеркало
1600-1700	Кирпичное производство, стеклодувное дело, очки, сверло
1700-1800	Механические часы, навигационные приборы, насос, домкрат, термометр, стрелковое оружие
1800-1850	Металлопрокат, паровые машины, перегонка нефти, вакцинация
1850-1900	Постоянный ток, телеграф, фотография, ж/д транспорт, таблица Менделеева
1900-1950	Электротехника, сварка, радио, телефон, кино, динамит, двигатель внутреннего сгорания, авиация, подводная лодка
1950-2000	Пластмасса, синтетическое волокно, антибиотики, магнитная запись, телевидение, искусственные спутники, АЭС, лазер, персональный компьютер, видео
2000-2020	интернет, геномная инженерия

Автоматизация технологий высвобождает свободное время, которое, в свою очередь, приводит к импульсу развития идеи и инноваций, формирующих новую среду, в результате появляется или новая сфера экономики или развивается старая, что, в свою очередь, приводит к появлению новой профессии. Бум развития компьютерных технологий в 1990-х гг. привел к появлению интернета, социальных сетей, появились новые профессии - СММ-менеджер (с англ. Social Media Marketing, маркетинг в социальных сетях), ютуб-продюсер, перфоманс-аналитик, которые заменили труд шахтера.

Атлас новых профессий представляет собой не будущие профессии, а скорее наложение новых технологий на новые профессии в наиболее перспективных отраслях. Так, автомобильные операторы - это те же автомеханики, которые будут работать удаленно, персональный коуч – семейный терапевт, помогающий людям стать счастливее, переписывая старые модели поведения и мышления для жизни в новом качестве, обучающий подбирать качественные медицинские гаджеты, снимать с них данные, их анализировать и прописывать лекарства для профилактики и

лечения. В табл. 2 представлены перспективные отрасли и профессии в ближайшем будущем.

Таблица 2

Перспективные отрасли и профессии из атласа новых профессий на ближайшие 15–20 лет [3]

Отрасль	Новая профессия
Сельское хозяйство	<u>ГМО-агроном</u> , <u>сити-фермер</u> , <u>сельхозэколог</u> , агроном-экономист
Энергетика	<u>Метеоэнергетик</u> , <u>маркетолог энергетических рынков</u> , менеджер по модернизации систем <u>энергогенерации</u>
Транспорт	Оператор <u>кросс-логистики</u> , строитель «умных дорог», архитектор интеллектуальных систем управления
Космос	Проектировщик космических сооружений, менеджер <u>космотуризма</u> , <u>космобиолог</u> , <u>космогеолог</u>
Финансовый сектор	Оценщик интеллектуальной собственности, разработчик персональных пенсионных планов, менеджер <u>краудфайндинговых</u> и <u>краудинвестиционных</u> платформ, менеджер фонда прямых инвестиций в талантливых людей
Менеджмент	Тайм-брокер, тайм-менеджер, <u>экоаудитор</u> , виртуальный адвокат, менеджер портфеля корпоративных венчурных фондов, координатор программ развития сообществ, персональный бренд-менеджер, менеджер по <u>кросс-культурной</u> коммуникации, проектировщик индивидуальной финансовой траектории
Образование	Модератор, разработчик образовательных траекторий, <u>тьютор</u> , организатор проектного обучения, координатор образовательной <u>онлайн-платформы</u> , ментор <u>стартапов</u> , <u>экопроповедник</u> , <u>игромастер</u> , <u>игропедагог</u> , тренер по <u>майнд-фитнесу</u> , разработчик инструментов обучения состояниям сознания
Легкая промышленность	Программист электронных «рецептов» одежды, разработчик <u>ИТ-интерфейсов</u> в легкой промышленности, <u>техно-стилист</u> , проектировщик новых тканей, эксперт по здоровой одежде, специалист по <u>рециклингу</u> одежды
Туризм и гостеприимство	Режиссер индивидуальных туров, бренд-менеджер пространств, дизайнер дополненной реальности территорий, архитектор территории, разработчик интеллектуальных туристических систем, разработчик тур-навигаторов

В цифровом, динамично меняющемся мире постоянно изменяется скорость и траектория появления новых технологий. Прогрессивные молодые люди находят в себе способность адаптироваться и создавать уже свои изменения, на которые наслаиваются знания, компетенции и такие навыки как саморазвитие, решение нестандартных задач, адаптивность, гибкость, межкультурные и цифровые навыки. В результате появляются профессии, которые могут заменить целое структурное подразделение.

Кроме того, образование сегодня выходит за границы формальных учреждений, и подтверждение тому – появление массовых образовательных онлайн-курсов, в том числе от ведущих мировых университетов. Вузам совсем не обязательно в настоящее время идти по общепризнанной образовательной колее «сад-школа-институт- дополнительное образование», они могут себе позволить задавать образовательную траекторию путем стажировок, практики и онлайн-курсов, что является увлекательнее для образовательного процесса.

Библиографический список

1. Лошкарева Н. и др. Навыки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://clck.ru/GLFbD>
2. Кеслер Я.А. Технологии и развитие цивилизации. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://history.wikireading.ru/98041>
3. Атлас новых профессий. Агентство стратегических инициатив. Сколково. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://clck.ru/EnSYz>

УДК 378.025.7:378.147

КЛИПОВОЕ МЫШЛЕНИЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ОБУЧЕНИЕ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ В НЕЯЗЫКОВОМ ВУЗЕ

К.А. Сечина,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. В условиях быстрого развития современных информационных технологий клиповое мышление становится характерным типом сознания молодых людей. Клиповое сознание приводит к изменениям в системе обучения. Учитывая это, автор отмечает необходимость развития критического мышления студентов при обучении иностранному языку в неязыковом вузе.

Ключевые слова: клиповое мышление, обучение иностранному языку, критическое мышление, написание эссе.

CLIP THINKING AND ITS INFLUENCE ON FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN A NON-LANGUAGE UNIVERSITY

K. Sechina,

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. In the conditions of the rapid development of modern information technologies clip thinking is becoming a characteristic type of consciousness of

young people. It causes the changes of the system of education. Given this, the author notes the need for the development of critical thinking of students in teaching a foreign language in a non-linguistic university.

Keywords: clip thinking, critical thinking, foreign language teaching, writing an essay.

Сегодня мобильные телефоны, компьютеры и гаджеты стали нашими привычными спутниками жизни. Уже невозможно представить своего существования без выхода в Интернет. В СМИ ежедневно передают о новинках в области информационных технологий, развитии искусственного интеллекта, который в скором времени должен вытеснить многих специалистов с рынка труда, а некоторые профессии просто исчезнут. Эпоху перемен переживает и система образования. Учебные заведения оснащают новейшими техническими средствами, компьютерным оборудованием, электронными пособиями. С первого класса дети приучаются пользоваться мобильными телефонами для связи с родителями, общения с друзьями, быстрого поиска любой информации, загружают видео- и аудио материалы.

Казалось бы, для человечества наступил «Золотой век», когда не нужно тратить много сил и времени, чтобы достичь желаемого, можно делать несколько дел одновременно, все успевать и быть успешным. Сегодня люди могут легко удовлетворить свои потребности в еде, путешествии, развлечениях без какого бы то ни было физического или умственного напряжения. Но так ли это на самом деле?

В отличие от упорядоченной, размеренной, осмысленной жизни в прошлые эпохи жизнь современного человека подобна калейдоскопу вечно сменяющих друг друга событий, которые быстро стираются из памяти: «Как в клиповой нарезке или рекламном буклете, человек постоянно предстает в новых, очень мобильных образах, он чередует профессии, увлечения, места проживания, друзей и возлюбленных» [2, с. 170].

Говоря о современном поколении, психологи, антропологи и педагоги указывают на появление нового типа сознания, так называемого «клипового мышления». В основе английского названия “clip thinking” лежит слово clip, которое в русском языке имеет следующие значения: «отрезок», «фрагмент текста», «вырезка из газеты» или «отрывок из фильма».

В информационном пространстве, которое нас окружает, таким «отрывком» прежде всего является реклама, которая обрушивается на нас с экранов мониторов и телевизоров, с баннеров на улице, страниц газет и журналов. К сожалению, у нас нет возможности скрыться от этого бесконечного потока информации. Однако наш мозг вынужден воспринимать все, что нас окружает, выделять главное, отбрасывать лишнее, чтобы мы могли адекватно существовать в сложившихся условиях.

Несмотря на то, что мнения специалистов расходятся в отношении феномена «клипового сознания», отрицать его существование мы не можем. На смену нынешнему поколению придет поколение с клиповым сознанием.

Психологи отмечают, что люди с клиповым мышлением, «не способны длительное время заниматься разрешением какой-то одной проблемы, зато неплохо чувствуют себя в ситуации многозадачности. Привыкшие с детства к быстрой смене картинки на экране монитора и телевизора, они и в жизни начинают жить по аналогичным законам – бесконечного чередования событий и впечатлений. Они боятся, когда “много букв”, стараются использовать минимум напряжения для усвоения информации любой сложности и не заинтересовываются чем-либо больше чем на пять минут. Не заморачиваясь логичностью и последовательностью своих и чужих поступков, они постоянно ищут новых впечатлений и “смены ярких картинок”» [1].

Несмотря на угрозу «культурной деградации» современного общества из-за распространения клипового сознания, психологи считают, что оно «способствует благополучной адаптации в современном информационном обществе», в условиях которого необходимо обрабатывать огромные объемы информации, миллионы сообщений разнообразного характера за короткое время. Люди просто не успевают тщательно обдумать и проанализировать всю поступающую информацию. По их мнению, так наш мозг пытается избавиться от лишней информации и не перегружать себя.

Многие учителя сегодня бьют тревогу, так как у учащихся падает интерес к учебе, поиску и формированию логических связей, отсутствует необходимость самоанализа. Большинство учеников не способны к серьезному познавательному труду, им сложно читать длинные литературные произведения, многие не справляются с написанием изложений, так как просто не могут понять структуру повествования и выделить главную мысль произведения.

В своей статье Семеновских Т.В. рассматривает понятие «клиповое мышление» как «процесс отражения множества разнообразных свойств объектов, без учета связей между ними, характеризующийся фрагментарностью информационного потока, алогичностью, полной разнородностью поступающей информации, высокой скоростью переключения между фрагментами информации, отсутствием целостной картины восприятия окружающего мира» [4].

С.В. Докука [2] противопоставляет клиповое сознание системному мышлению, которое сформировалось в результате того, что печатная книга была на протяжении долгого времени основным способом передачи информации. Книга обладала «некой внутренней структурой» и «определенным устойчивым смыслом», благодаря которым у людей складывался «рефлексивный характер восприятия получаемой информации, способствующий созданию осмысленной и организованной картины мира». Согласно гипотезе автора именно современный способ передачи информации посредством преимущественно аудио-визуальных средств, а не текста изменил тип мышления людей. Информация предоставляется в виде готовых

образов, которые способны вызывать эмоциональный отклик и не рассчитаны на критическое восприятие.

Ученые отмечают необходимость изменения образовательных технологий и подходов к обучению студентов высшей школы в связи с формированием у них клипового мышления. Они предлагают, например, аналитические способности студентов развивать посредством дискуссий и свободных обсуждений, использования метода парадоксов». При этом важно создавать «среду, дающую студентам возможность применить полученные знания на практике» [3, с. 370].

На практических занятиях английским языком в Высшей школе технологии и энергетики студенты обучаются аналитическому чтению научно-технических текстов, что требует определенных знаний и большего сосредоточения.

Один из видов заданий для магистрантов – написание критического эссе после прочтения и перевода научной статьи по теме, связанной с будущей профессией. Студентам необходимо выразить свое мнение по теме статьи, которое должно быть четко изложено, также должна быть указана точка зрения автора или авторов статьи по теме (с примерами). Главная задача – показать, совпадает ли их мнение с мнением автора, или они имеют противоположную точку зрения.

Важно то, что студенты учатся не только формулировать тему исследований, но и выражать свое мнение по ней, почему она им интересна и почему они ее выбрали.

Многие студенты пытаются кратко передать то, что пишет автор или авторы статьи по данной теме, не понимая, какая проблема в ней рассматривается.

Пассивное восприятие информации, содержащейся в статье, неспособность глубоко и последовательно мыслить, анализировать и понимать позицию автора приводит к тому, что студентам не о чем сказать после прочтения статьи.

Кроме того, способность воспринимать точку зрения автора, критически ее осмыслить требует определенных усилий, времени и погружения в работу. Чаще всего у студентов возникают разрозненные, несвязанные между собой идеи, которые им трудно собрать воедино в связный текст на 1 страницу. В итоге написание эссе становится для многих настоящим испытанием. А чтобы заполнить свободное место на листе, студенты пытаются вписать все возможные идеи, которые у них есть, не выделяя главной, которая должна стать лейтмотивом всего эссе. Одним из требований к написанию эссе является соблюдение логики письменного высказывания.

В процессе написания эссе развивается критическое мышление. Ведь студентам нужно полагаться на свои знания и жизненный опыт, обладать определенным кругозором и уметь высказывать собственные суждения, а не воспринимать информацию статьи однозначно, «за чистую монету», как

этого хотят современные СМИ. Студенты должны понимать, что они могут иметь противоположную точку зрения. Критическое осмысление прочитанного помогает студентам осознать, обрели ли они новое знание, была ли полезна эта статья для них, а самое главное – определить, какова их точка зрения на ту или иную проблему, согласны или не согласны они с мнением автора статьи.

В заключение следует отметить, что в условиях формирования клипового сознания и его влияния на изменение процессов обучения, в частности иностранному языку, необходимо развивать у студентов критическое мышление, которое способствует не только развитию аналитических способностей и логического мышления, но и самоопределению личности в современном мире.

Библиографический список

1. Гусев А. Планета машин: останется ли место человеку?// Наша психология. 2017. URL: <https://www.psyh.ru/planeta-mashin-ostanetsya-li-mesto-cheloveku> /(дата обращения: 20.10.2019).

2. Докука С.В. Клиповое мышление как феномен информационного общества // Общественные науки и современность. 2013. № 2. - С. 169-176.

3. Кузнецова Е. В., Резер Т.М. Клиповое мышление как фактор изменения образовательных технологий в высшей школе // Акмеология профессионального образования: материалы 14-й Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург: РГППУ, 2018. - С. 367-370.

4. Семеновских Т.В. Феномен «клипового мышления» в образовательной среде // Наукovedenie: интернет-журнал. 2014. Вып. 5 (24). URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/105PVN514.pdf> (дата обращения: 14.10.2019).

УДК 331.108.4

ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА

А.И. Соболевская,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. В современной экономике очень важно достижение высокого уровня управления, который является необходимым для устойчивого социального и экономического развития. Для эффективного развития необходим кадровый управленческий капитал, который обеспечит это уровень, а также особая система подготовки кадров.

Ключевые слова: менеджмент, кадровая политика, подготовка кадров.

INDUSTRY SPECIFICS OF MANAGEMENT TRAINING

A. Sobolevskaya,

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Annotation. It is very important in modern economy to achieve high level of management. This level is necessary for sustainable social and economic development. Effective development requires personnel management capital that will ensure this level, and that's why a special training system is needed for this.

Keywords: management, personnel policy, personnel training.

Менеджмент — это деятельность, связанная с созданием, функционированием, развитием и совершенствованием производственных процессов организации, а также с эффективным и рациональным управлением ими. Отраслевые особенности подготовки кадров в области менеджмента - это формирование профессиональных знаний и навыков индивида, которые менеджер использует в ходе деятельности, направленной на управление производством определенной продукции или услуг.

Эффективность работы менеджера определяют в значительной мере образование и производственная подготовка. Грамотно встроенная политика управления способствует увеличению срока и эффективности трудовой деятельности сотрудников, интенсифицирует ее. В этой связи возрастает роль корпоративной социальной ответственности в сохранении и преумножении экономического потенциала организации.

Целесообразность специальной и непрерывной профессиональной подготовки в области менеджмента обусловлена рядом причин. Формы подготовки профессионалов в области управления в первую очередь связаны с практикой работы высших учебных заведений и академий, школ бизнеса, менеджмента, внутрифирменных школ управления и частных организаций, специализирующихся на подготовке и повышении квалификации менеджеров [2].

Вероятность эффективного развития отраслевых форм подготовки кадров в области менеджмента сегодня зависит от профессиональных требований, которые формируются на корпоративном уровне. В этой связи, необходимо отметить, что способность менеджера к постоянному и эффективному наращиванию отраслевого функционала сегодня становится уже важнейшим условием для развития компании, поскольку только эффективное использование его в производстве ведет к внедрению инновационных и творческих разработок, что, в свою очередь, становится решающим фактором для экономического роста.

Для эффективной деятельности менеджера также очень важна способность сотрудника к общению и взаимодействию с другими членами команды, умение эффективно управлять конфликтами; умение обучаться, а

также корректировать самого себя и свое социальное поведение. Таким образом, именно в социальный аспект непосредственно включаются уже наработанные сотрудником связи и отношения с другими людьми.

Подготовка менеджера в рамках какой-либо отрасли включает в себя способности человека к соединению факторов производства, целеполагания, умения фактически добиваться заранее запланированного результата. В этой связи необходимо обучение оформлению необходимой технической документации и технологическим процессам изготовления; создание различных учебных пособий, лекций, презентаций.

Потребительский или клиентский уровни подготовки представляют собой овладение навыками создавать различные устойчивые связи с потребителями, умение формировать различные уровни обратной связи по результатам потребления продукта или услуги [1].

В развитии системы подготовки менеджеров в условиях определенной отрасли важная роль отводится корпоративной социальной политике, которая дает ответ на вопрос: почему именно компания должна определенным образом действовать тем или иным образом. Необходимо формирование публично-правовой ответственности, легитимности и свободы выбора структурируют отношения между бизнесом, обществом, отдельными компаниями, а также конкретными индивидуумами. Возникает особое отношение корпоративной социальной восприимчивости менеджера, которая отвечает за то, как именно действует компания в отношении своих работников в процессе управления.

На практике это выражается в следующих параметрах:

- оценке среды ведения бизнеса;
- управлении ведением бизнеса;
- управлении проблемами бизнеса.

Для потребителя это выражается в производстве качественной продукции и услуг. Для сотрудников - это создание привлекательных рабочих мест, выплаты легальных зарплат, постоянные инвестиции в развитие человеческого потенциала.

Необходимость постоянного обучения менеджеров усиливается мобильностью персонала. Чем выше профессионализм, тем более мобилен специалист. В связи с этим предприятие должно иметь механизмы быстрой адаптации новых сотрудников. Важной частью является постоянно действующая программа повышения квалификации. Чем лучше сотрудники взаимодействуют друг с другом, тем выше эффективность работы. Для этого важно повышать квалификацию по единым методикам. Жизнь показывает: целенаправленное обучение менеджеров существенно увеличивает конкурентоспособность бизнеса. Современный этап инновационного развития принципиально отличается от всех предыдущих тем, так как он меняет образовательную систему целиком изнутри.

Развитие кадров управления является в настоящее время ключевым элементом, позволяющим организации адаптироваться к изменениям и

устойчиво развиваться. Для осознания происходящих во внешней среде преобразований и проведения организационных изменений нужны менеджеры, которые будут в состоянии ставить собственные цели и самостоятельно принимать решения, а не ждать указаний свыше или копировать действия других.

Библиографический список

1. Бондаренко В.В., Танина М.А., Юдина В.А. Роль интеллектуального капитала в повышении эффективности корпоративной социальной ответственности. // Материалы 6-й Международной научно-практической конференции, г. Барнаул, 25 июня 2014 г. / под общ. ред. И. К. Мищенко, В. Г. Притупова. – Барнаул: ИП Колмогоров И.А., 2014. – С. 74-77.

2. Звонников В.И. Менеджмент качества подготовки специалистов: опыт государственного института управления // Высшее образование сегодня. – 2006. - №10. – С. 26-29.

УДК 331.108.2

КАРЬЕРА И ЛИДЕРСТВО

А.И. Соболевская,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация: Проблема определения роли лидерства в управлении организацией и, в частности, персоналом не теряет актуальности. В связи с многогранностью и многосвязностью понятия «лидерство», оно отражает практически все изменения, происходящие на уровне внутриорганизационных корпоративных связей. Упомянутая проблематика будет лишь шире и глубже изучаться исследователями, находить отражение в теории менеджмента и управления персоналом. В настоящей статье дана характеристика качеств личности, присущих лидеру, сделано их обобщение, произведен анализ и оценка роли лидерства в управлении персоналом и организацией.

Ключевые слова: управление, менеджмент, карьера, лидерство, персонал, организация.

CAREER AND LEADERSHIP

A. Sobolevskaya,

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. The Problem of determining the role of leadership in the management of the organization and, in particular, the personnel does not lose

relevance. Due to the versatility and multi-connectivity of the concept of leadership, it reflects almost all the changes taking place at the level of intra-organizational corporate relations. The mentioned problems will only be more widely and deeply studied by researchers, reflected in the theory of management and personnel management. In this article the characteristic of personality qualities inherent to the leader is given, their generalization is made, the analysis and an assessment of a leadership role in personnel management and the organization is made.

Keywords: management, management, leadership, personnel, organization.

Одним из важнейших аспектов, обязательных к рассмотрению в процессе изучения теории и практики менеджмента, является проблема роли лидерства в управлении персоналом. Лидерство - это специфический тип отношений управления, основанный на психологических особенностях личности и на возможности оказывать воздействие на определенную группу людей или отдельного индивида с целью побудить указанных лиц к достижению поставленных целей.

При характеристике явления «лидерство», для обозначения роли лидера в управлении персоналом, организацией, согласно теории лидерских качеств (структурной теории) необходимо учитывать основные личностные характеристики лидера.

Российские исследователи, деятели в области науки менеджмента выделили ряд черт, присущих каждому современному лидеру:

- постоянная организованность, самодисциплина;
- комплексные знания по специфике необходимой отрасли;
- способность формировать и направлять управленческую команду;
- умение своевременно выявлять стратегии ведения бизнеса;
- неуклонный контроль достигнутых результатов;
- эффективное делегирование полномочий и обязанностей;
- способность брать на себя ответственность за принятые решения;
- умение осуществлять свою деятельность в условиях неопределенности;
- талант создания и налаживания внутренних и внешних коммуникативных связей;
- способность эффективного ведения переговоров, отстаивание собственной точки зрения, убеждения в ней оппонента.

Приведенный список не носит исчерпывающий характер. Благодаря совокупности указанных качеств личности лидера, достигается необходимый уровень взаимодействия с персоналом. В данном случае имеет место возникновение доверия к лидеру, уверенность персонала в его компетентности, интеллекте.

Общей характеристикой для всех существующих концепций лидерства является концентрация внимания на личностных качествах лидера, способного выдвинуть качественно новое видение проблемы, привести полные и аргументированные варианты ее решения, способствовать

возникновению энтузиазма у персонала. Вся деятельность лидера направлена на создание стимула и заинтересованности персонала, что впоследствии приведет к эффективной и организованной командной работе [1].

Лидерство как психологическое явление, в первую очередь, связано с наличием связи «лидер - последователь», а не «начальник - подчиненный». Парадокс заключается в том, что зачастую для того, чтобы стать успешным лидером, необходимо перестать руководить. Именно поэтому важное значение имеют различные методы несилового воздействия, использование лидером собственного авторитета, активное стимулирование и побуждение персонала к достижению общих целей. Имеют место также и дружеские отношения с работниками в неформальной обстановке [2].

Роль лидерства определяется эффективностью работы лидера, достижением им максимальных результатов при минимальных затратах: трудовых, производственных, финансовых и т. д. Непреложной истиной является тот факт, что человек, являющийся подлинным лидером, обладает всеобщим признанием и авторитетом. Персонал организации относится к такому лидеру в соответствии с одним из четырех возможных вариантов, представленных ниже:

Оправдание существующих ожиданий

Согласно данному варианту, персонал видит в лице лидера человека, верного своему слову, того, кто действует, исходя из возложенных на него функций и не допускает отклонений от темпа, заданного социальной группой в организации. Невзирая на изменяющиеся условия (рыночные, технические, политические и т. д.), лидер сохраняет постоянство в действиях и решениях.

Воплощение моральных ценностей

Данный вариант предполагает с точки зрения персонала организации, что лидер полностью разделяет интересы и моральные установки сотрудников, имеет возможность отстаивать их при любых условиях.

Один из нас

Персонал организации твердо уверен в том, что лидер - такой же индивидуум, как и они. Лидеру присущи победы и неудачи, достижения и ошибки, уверенность и переживания. Его образ жизни идентичен образу жизни сотрудников.

Лучший из нас

Согласно данному варианту, лидерство рассматривается персоналом как воплощение идеального образца поведения. Человек, занимающий лидерские позиции - опытный профессионал, компетентный работник, пример подражания для сотрудников.

Лидер - значимая составляющая в деятельности любой организации, функционирующей в современных условиях. Персонал организации представляет собой определенный социум, а в социальной группе особое значение отводится лидеру. Именно благодаря его слаженной и организованной работе достигаются высокие уровни основных показателей производительности организации. Из ее деятельности нельзя изъять

человеческий фактор - он выступает движущей силой, основой достижения поставленных целей и, как следствие, успешного перевыполнения плана. Прослеживается логическая цепочка, состоящая из следующих звеньев «качества характера, присущие лидеру - успешное лидерство - взаимопонимание с сотрудниками - максимизация деятельности персонала - повышение эффективности производительности организации» [3].

Таким образом, вся деятельность организаций и предприятий, функционирующих на современном этапе и планирующих расширять собственное производство, неразрывно связана с успешным лидерством. Современному лидеру необходимо достигать поставленных целей, используя навыки эффективного управления человеческими ресурсами. Он должен обладать рядом характеристик, способствующих тесному сотрудничеству с персоналом. Именно благодаря слаженной управленческой деятельности лидера, делегированию полномочий и обязанностей возможно достижение повышения производительности организации.

Библиографический список

1. Беляев Ю. М. Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров. Ю. М. Беляев. - М.: Дашков и К, 2015.
2. Беляцкий Н. П. Менеджмент. Основы лидерства. - Минск: Новое знание, 2017.
3. Тичи Н., Деванна М. А. Лидеры реорганизации. - М.: Экономика, 2018.

УДК 808.2

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ РАЗНОВИДНОСТИ РУССКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЯЗЫКОВУЮ КУЛЬТУРУ СТУДЕНТОВ

Е.С. Суворова,
ст.преподаватель

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Языковые средства русского литературного языка обнаруживают тенденцию к перегруппировке. Автором анализируются разновидности литературного языка, употребляемого в условиях непринужденного неофициального общения, и противопоставленную ему в пределах литературного языка его кодифицированную разновидность.

Ключевые слова: стилистическое многообразие, разговорная речь (язык), кодификация языка, национальный язык, обценная (нецензурная) лексика, инвективная (оскорбительная) лексика, «смещение» стилей, стилистически дифференцированные средства русского литературного языка.

FUNCTIONAL STYLISTIC VARIETIES OF THE RUSSIAN LANGUAGE INFLUENCING ON THE LANGUAGE STUDENTS CULTURE

E. Suvorova,

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract. Language means of the Russian literature language open the tendency to the rearrangement. Author analyze variety of the Russian literature language which used in unofficial communication and opposed it codified variety within the limits of the Russian literature language.

Keywords: stylistic variety, informal language, codification of the language, national language, obscene words, insulting words, mixing of styles, stylistic differentiated means of the Russian language.

Культура речи рассматривается в качестве сегмента общей языковой культуры. Если говорить о современном состоянии русского литературного языка, то здесь уместна терминология «смешение стилей», «стилевая неразборчивость», «стилевая глухость». В разговорной речи наблюдается обценная (нецензурная) лексика, в частности, она наблюдается у студентов. Говоря о функционально-стилистических разновидностях в русском литературном языке, особую роль играет разговорный язык, который в современном мире активно проникает во все сферы общения и способствует расшатыванию литературных устоявшихся норм. Русский язык также богат эвфимизмами, через слово звучат «блины», «ёшкины коты», «японские городовые», «ёкарные бабаи». Хочется верить в чувство меры, образованность, грамотность, воспитанность студентов и их наставников [1]. Говоря о речевой культуре, необходимо рассматривать её как составную часть общей культуры, в том числе коммуникативной культуры, в этом не сомневается никто. Здесь особая нагрузка ложится на педагогов всех уровней учебных заведений: нецензурная брань должна осуждаться. Действительно, языковые средства, представляющие функционально-стилистические разновидности русского литературного языка, обнаруживают тенденцию к перегруппировке. Особую роль в этом процессе играет разговорная речь (разговорный язык), которая, по определению, представляет собой одну из разновидностей литературного языка, употребляемую в условиях непринуждённого неофициального общения и противопоставленную в пределах литературного языка его кодифицированной разновидности.

Работы учёных, посвящённые изучению разговорной речи, фиксируют различные языковые средства, проводят их классификацию, лингвистический анализ, рассматривают влияние разговорной речи на литературный язык,

к сожалению, это взаимопроникновение влияет на расшатывание литературных норм. Естественно, язык – это универсальная платформа для контакта.

Разговорная речь становится наиболее приемлемым средством коммуникации, её влияние наблюдается во всех функционально-стилистических разновидностях речи, как-то: в деловых переговорах, научных статьях, лекционно-дидактической речи, а также в различного рода дискуссиях.

Возможно, причину надо искать в специфике разговорной речи. Она легко усваивается слушателями (студентами) и способствует более успешному восприятию и дальнейшему её воспроизводству во всём жанровом многообразии.

Актуальность и активность разговорной речи постепенно привела к тому, что, кроме общеупотребительной лексики, в языке наблюдаются просторечные, жаргонные слова, а также зачастую используется инвективная (оскорбительная) и обценная лексика, которая нарушает этические и литературные нормы, что в совокупности ведет к «смешению стилей» в русском литературном языке [2].

В то же время в научных дискуссиях утверждают, что язык «самоочищается», вероятнее всего, люди умеют переключаться в зависимости от коммуникативной необходимости в рамках стилистического регистра.

Библиографический список

1. Русский язык и культура речи: функциональные стили современного русского языка: уч. пособие /сост. У.В.Новикова и др.- Краснодар, Кубанский государственный технологический университет. 2016. – 171 с.
2. Козырева М.М. Обценная лексика в речи образованных носителей английского и русского языков: функционально – прагматический аспект: автореф... канд. филол. наук. - М.: Рос. ун-т дружбы народов – 2013. – 21 с.

**ПРОЕКТ «ЦИФРОВАЯ ЛЕСНАЯ ПЕДАГОГИКА» - ДРАЙВЕР
РАЗВИТИЯ ПРИГРАНИЧНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
ПРОСТРАНСТВА**

Т.Р. Терешкина,
профессор

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

С.В. Терещенко,
доцент

Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет

Кирси Итконен,
преподаватель

Университет прикладных наук Юго-Восточной Финляндии

Аннотация. В статье рассматриваются основные вопросы, связанные с формированием приграничного образовательного пространства в рамках реализуемого проекта «Цифровая лесная педагогика». Приведены результаты анкетирования студентов и преподавателей российских и финских университетов, выявлено их отношение к дистанционному обучению.

Ключевые слова: приграничное образовательное пространство, цифровая лесная педагогика, дистанционное обучение, лесной сектор.

**DIGITAL FOREST PEDAGOGY PROJECT - A DRIVER FOR THE
DEVELOPMENT OF THE CROSS-BORDER EDUCATIONAL SPACE**

T. Tereshkina,
Professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

S. Tereshchenko,
Associated professor

Saint Petersburg State Forest Technical University

K. Itkonen,
Senior lecturer

South-East Finland University of Applied Sciences

Abstract. The article deals with the main issues related to the formation of the cross-border educational space within the framework of the project "Digital Forest Pedagogy". The results of the survey of students and teachers of Russian and Finnish universities are given, their attitude to distance learning is revealed.

Keywords: cross-border educational space, digital forest pedagogy, distance learning, forest sector.

Изменения в обществе как в России, так и в Финляндии привели к необходимости обновления системы образования и обучения на протяжении всей жизни. Этому способствует и Программа трансграничного сотрудничества Юго-Восточной Финляндии и России на 2014-2020 г.г. Общая цель Программы заключается в содействии экономическому и социальному развитию, решению общих проблем и расширению мобильности для дальнейшего улучшения сотрудничества и устойчивого развития приграничных территорий [1].

В рамках Программы трансграничного сотрудничества Юго-Восточной Финляндии и России на 2014-2020 г.г. реализуется проект KS1027 «Цифровая лесная педагогика», который способствует сотрудничеству и развитию приграничных регионов путем создания приграничного образовательного пространства. Проект направлен на экономическое и социальное развитие приграничных территорий путем повышения компетентности будущей рабочей силы в лесном секторе. Это будет достигаться путем повышения квалификации преподавателей вузов, использования инновационных образовательных технологий, разработки и внедрения учебных модулей дистанционного обучения для целей образования в лесном секторе. Рассмотрение таких тем, как интернационализация, связь с бизнесом, обучение на протяжении всей жизни, экологическая, экономическая и социальная устойчивость позволит создать основы приграничного образовательного пространства [2, 3].

Перед реализацией проекта были проведены исследования об отношении финских и российских преподавателей, а также студентов к дистанционному обучению.

Были опрошены 36 преподавателей из высших учебных заведений Юго-Восточной Финляндии и России, при этом участники исследования имели различный опыт в области дистанционного обучения. Так, опыт проведения онлайн-курсов имели все финские и лишь только 30 % российских преподавателей, причем большинство респондентов, участвующих в опросе, как в Финляндии, так и в России, были женщины. В ходе исследования были выявлены серьезные различия в отношении преподавателей к дистанционному обучению. Все преподаватели из Финляндии поддерживают дистанционное обучение. В России сложилась иная ситуация, только 69 % преподавателей поддерживали дистанционное обучение. Все преподаватели понимают, что есть плюсы и минусы для них и студентов, использующих дистанционное обучение. Для финских преподавателей это означает возможность планировать рабочее время, оптимизировать рабочую нагрузку, а для российских преподавателей - улучшить индивидуальную работу с обучающимися. Гибкость обучения была отмечена финскими и российскими преподавателями как положительный аспект дистанционного обучения для студентов. Все преподаватели, участвовавшие в исследовании, ответили, что хороший курс

дистанционного обучения должен включать в себя 3 основные характеристики: дистанционное обучение должно быть организовано совместно с контактными занятиями, в курсе должен использоваться регулярно обновляемый материал и курс должен иметь четко определенные задания.

Анкетирование об отношении к дистанционному обучению проводилось также и среди студентов. В нем участвовали 74 студента высших учебных заведений из Юго-Восточной Финляндии и России.

Все финские студенты и только 15 % российских студентов имели опыт дистанционного обучения. Результаты исследований различны для финских и российских студентов. Все финские студенты ответили на вопрос о том, какие элементы были включены в пройденные ими курсы дистанционного обучения. Для финских студентов дистанционное обучение в основном связано с онлайн - курсами и чтением книг и статей. Для российских студентов дистанционное обучение включает в себя, в основном, видеозаписи лекций. Интересно, что групповая работа в дистанционном обучении в России вообще не используется, в то время как в Финляндии студентам часто приходится выполнять задания в рамках дистанционного обучения в группах.

Студенты определяют лучший курс дистанционного обучения как курс, который имеет понятные инструкции, четкие цели и результаты обучения, включает в себя небольшие задания, современные учебные материалы с четкой структурой, четкий график обучения, возможность непосредственного контакта с преподавателем. 54 % студентов ответили, что трудностей в дистанционном обучении нет. Но 11% студентов сталкивались с проблемами в самоорганизации, 35 % ответили, что испытывают трудности с учебой без преподавателя. Была подчеркнута необходимость включения контактных занятий с преподавателем в программу дистанционного обучения. Среди прочих проблем, с которыми сталкиваются студенты, технические проблемы и сложность поставленных в курсе задач.

Студенты, участвовавшие в исследовании, отметили, что дистанционное обучение имеет положительные и отрицательные стороны. В качестве положительных аспектов были названы возможность учиться в любое время и в любом месте, в нескольких университетах, выполнять задания вместе с другими студентами в Интернете, получать больше информации. Кроме того, студенты отметили, что онлайн-обучение - это самостоятельное, индивидуальное обучение.

В результате анкетирования преподавателей и студентов из Финляндии и России, а также полученных интервью с представителями бизнеса в лесном секторе была подана заявка на участие в проекте «Цифровая лесная педагогика» в рамках Программы трансграничного сотрудничества Юго-Восточной Финляндии и России на 2014-2020 годы. Заявка была одобрена и получила финансирование с 01.11.2018 г.

Конкретными целями проекта являются: повышение квалификации преподавателей высших учебных заведений лесного сектора (вузов) на трансграничных территориях для использования дистанционного обучения в своей преподавательской деятельности, повышение квалификации студентов вузов лесного сектора для удовлетворения меняющихся потребностей внешней среды, укрепление международного сотрудничества между участвующими в проекте университетами и укрепление связи между рынком труда и университетами, что, в свою очередь, будет способствовать созданию трансграничного образовательного пространства [4].

Создание трансграничного образовательного пространства означает, что сотрудничество между вузами в создании виртуальных модулей дистанционного обучения позволяет работать вместе, обмениваться предыдущим опытом, передовыми практиками и разрабатывать больше материалов и инструментов для включения в существующие учебные курсы. Содержание учебных курсов будет включать в себя особенности российской и финской производственной среды. Сотрудничество в области развития образования в лесном секторе принесет пользу всем партнерам. Проект позволит университетам по разные стороны границы работать и обмениваться знаниями, опытом и передовой практикой как в области лесного сектора, так и педагогики, реагировать на требования устойчивого развития путем создания совместных учебных модулей, которые оказывают положительное влияние на лесную среду и экономику региона, получить больше преимуществ в управлении, использовании и охране возобновляемых лесных ресурсов.

Для студентов проект позволит выбрать учебные модули и курсы из других университетов, так как они будут доступны для студентов по обе стороны границы. Повышение квалификации и компетентности студентов поможет им найти работу на территории Программы.

Проект будет способствовать развитию образования на трансграничной территории путем развития обучения на протяжении всей жизни на основе развития навыков преподавателей и студентов высших учебных заведений лесного сектора. Это произойдет, когда преподаватели разработают и апробируют на практике ориентированные на трудовую деятельность виртуальные учебные модули дистанционного обучения для развития профессиональных компетенций. В ходе проекта преподаватели пройдут обучение по планированию, созданию, внедрению и оценке виртуальных учебных модулей дистанционного обучения. Созданные учебные модули будут включены в учебные курсы партнерских вузов в рамках существующих учебных программ (учебных планов), а также будут доступны будущим студентам. Учебные модули будут составлены на русском, финском и/или английском языках. Поскольку учебные модули будут доступны после завершения проекта, будущие студенты университетов-партнеров смогут использовать и извлекать пользу из учебных модулей, созданных в ходе проекта. Созданные курсы будут в

открытом доступе для всех студентов, представителей бизнеса и других заинтересованных групп.

Проект обеспечит развитие сотрудничества между бизнесом и высшими учебными заведениями путем создания сети вузов и организаций, которые будут активно и непрерывно работать над развитием высшего образования в лесном секторе на трансграничной территории в течение и после реализации проекта. Проект будет поддерживать сотрудничество между университетами и предприятиями через созданную сеть.

Библиографический список

1.South-East Finland – Russia CBC 2014–2020 program.<https://www.sefrcbc.fi/>

2.Терешкина Т.Р., Терещенко С.В. Формирование образовательных программ нового поколения в рамках международного проекта «Цифровая лесная педагогика». // III национальная научно-методическая конференция с международным участием «Архитектура университетского образования». - СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. С. 271-273.

3.Tereshchenko S., Itkonen K., Tereshkina T. Project – digital forest pedagogics// Вопросы развития современной науки и практики в период становления цифровой экономики/ материалы международной научно – практической конференции. – СПб.: СПбГЛТУ, 2018. – С.297-299.

4.Терещенко С.В., Терешкина Т.Р. Взаимодействие российских университетов и бизнеса как база для повышения качества образования // Леса России: политика, промышленность, наука, образование: Вторая Международная научно-техническая конференция. - СПб.: Изд-во ЛГУ им. С.М. Кирова, 2017. С.241-244.

УДК378.14:681.3

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Е.М.Фрейдкина,

доцент

В.А.Бескровная,

доцент

Высшая школа технологии и энергетики СПбГУПТД

Аннотация. Статья посвящена анализу изменений в системе профессионального образования, связанных с активным использованием дистанционных образовательных технологий.

Ключевые слова: дигитализация, профессиональное образование, дистанционное обучение, компетенции.

DIGITALIZATION OF DISTANCE LEARNING IN THE SPHERE OF HIGHER EDUCATION

E. Freidkina,

Associate professor

V. Beskrovnaya,

Associate professor

Higher School of Technology and Energy

Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design

Abstract: the paper focuses on the analysis of developments in the system of professional education associated with the intense application of distance learning technologies.

Keywords: digitalisation; professional education; distance learning; competencies.

В России датой официального развития дистанционного обучения можно считать 30.05.1997 г., когда вышел приказ №1050 Минобразования России, позволяющий проводить эксперимент дистанционного обучения в сфере образования. По данным компании АТОЛ общий объем рынка онлайн-образования в России в 2018 г. составлял 21 млрд руб. Российская образовательная система активно внедряет и использует информационные технологии, Интернет, методы дистанционного и телеобучения, развиваются новые формы и методы организации учебного процесса, управления университетами, что сопровождается трансформацией принципов организации, контроля и управления образовательными процессами, расширением границ и возможностей доступа преподавателей и студентов к мировым базам научных данных, качественными изменениями характера обучения и содержания получаемых знаний [9].

В основе дистанционного обучения лежит теория социального присутствия, используемая для исследования взаимодействия обучающихся в информационной среде. [3]. Ученые осуществляют попытки описать цифровое обучение через взаимодействие, непосредственность, близость, связанность и социальное присутствие, что, по мнению авторов, положительно влияет на результаты образовательного процесса. Согласно исследованиям цифровая информационная грамотность, определяемая как способность получать, понимать, оценивать и использовать информацию в различных контекстах цифровых технологий – является критически важным навыком, который считается необходимым для успеха в высшем образовании [6]. Авторы дают обзор к оцениванию информационной грамотности обучающихся в рамках системы профессионального образования.

Продолжая компетентностный подход в современном образовании, итальянские исследователи акцентируют внимание на развитие творческого потенциала обучающихся[1]. Методически творчество связано с опытом командной работы и инновационной практикой, включая внедрение технологий для совместной работы, основанных на широком внедрении

компьютерных и веб-приложений, которые, по мнению авторов, значительно преобразят образовательные учреждения.

К методам дистанционного обучения, ориентированным на цифровые технологии, австралийские ученые относят цифровую подачу материала [2]. Авторы рассматривают цифровую подачу материала как дополнение, а не замену традиционным методам обучения и оценки. M. Wray, P.R. Lowenthal, B. Bates отмечают, что сравнительные исследования в значительной степени сосредоточены на сходствах и различиях между онлайн и очным обучением. Однако существенное значение имеют различия в подходах преподавателей к структуре и методам преподавания онлайн [7].

Отмечая, что современные университеты внедряют онлайн-обучение для расширения своих рынков, ограничения затрат или достижения более гибкого и смешанного обучения, исследователи акцентируют внимание на том, что отделы дистанционного образования мало влияют на планирование и оценку стоимости образовательных программ. Самыми массовыми технологиями цифрового обучения, по мнению исследователей, являются открытые онлайн-курсы, разработанные как цифровые витрины, предлагающие мультимедийные курсы для тех, кто заинтересован в обучении [4]. Значительное место в исследованиях технологий цифрового образования занимают изучение инструментов, используемых для развития профессиональных навыков [5].

Стремительное внедрение цифровых технологий и распространение дистанционного обучения вызывают существенные изменения в системе профессионального образования, вызывающие как положительные, так и негативные последствия. (табл. 1).

Таблица 1

Положительные и негативные последствия
цифровизации профессионального образования

Положительные последствия	Негативные последствия
Удешевление образования (не надо инвестировать в здания, сооружения, общежития, инфраструктуру; потребуется меньше преподавателей, студентам не нужно будет выезжать на учебу и т.д.)	Сложность выбора программы обучения.
Широкий географический охват	Не всегда высокое качество обучающих материалов.
Доступность учебных материалов в любое удобное для студента время.	Проблемы мотивации студентов к завершению полного цикла обучения
Доступность образования для маломобильных групп населения, людей с инвалидностью и особенностями развития.	Отсутствие у студентов практики коммуникации «лицом к лицу», а следовательно, недостаточное формирование навыков социальной коммуникации.
Возможность высокой степени индивидуализации траектории и содержания обучения.	Отсутствие у работодателей четкого понимания наличия и уровня сформированности компетенций потенциальных кандидатов на замещение вакансии после дистанционного обучения

Особую актуальность для дистанционного профессионального образования представляет разработка систем контроля знаний/навыков и оценки компетенций.

Для целей контроля целесообразно использовать следующие инструменты.

1. *Интерактивные элементы в лекции.* Основным видом подачи учебных материалов в профессиональном образовании является лекция. В случае дистанционного обучения преподавателю гораздо труднее удерживать внимание обучаемых, чем в аудитории. Для проверки восприятия материала в процессе лекции целесообразно время от времени задавать уточняющие вопросы, требующие немедленного ответа, независимо онлайн или офлайн студент слушает лекцию. Своевременный ответ студента будет свидетельствовать о его вовлеченности в учебный процесс. Отсутствие необходимых ответов будет означать отсутствие студента и ему будет необходимо обратиться к учебному материалу еще раз для получения положительной отметки и возможности перехода к следующим учебным материалам.

2. *Использование для проверки знаний материалов, созданных на базе теории тестов.* В университетах РФ активно разрабатываются дистанционные курсы. В шаблон любого дистанционного курса входит комплект проверочных (контрольно-измерительных) материалов, как правило, в тестовой форме с однозначным ответом. На различных образовательных платформах представлено большое количество тестов разного качества. Проблема состоит в том, что преподаватели разрабатывают их практически стихийно, исходя из своего понимания. Между тем, существует теория тестов, которая описывает качества, необходимые таким материалам. Анализу подлежат сложность вопросов, распределение оценок, надежность и валидность контрольных материалов. Кроме того, целесообразно оценивать соответствие материалов целям обучения исходя из места теста в учебном процессе. В процессе использования тестовых материалов сформировалась устойчивая классификация тестов, представленная в табл. 2.

3. *Выполнение проекта.* Методы проектного обучения – это полноценные научно обоснованные технологии обучения. Знания и навыки осваиваются студентами самостоятельно, они используются для самообразования или обучения. Согласно исследованиям НИУ «ВШЭ» в качестве наиболее концептуальных надпрофессиональных компетенций или softskills, исследователи рассматривают критическое мышление, эмоциональный интеллект, командные навыки, клиенто-ориентированность, управление проектами и т.д. [8, 10]. Студенту предоставляется самостоятельный выбор инновационных методов, средств и способов решения проблемы, обучающиеся применяют ранее освоенные действия для решения нетиповых задач, при этом они получают субъективно новую

информацию и выполняют проектную работу, результаты которой заранее никому не были известны.

Таблица 2

Особенности тестов разного назначения

Место теста в учебном процессе (цели)	Распределение оценок	
	узкое	широкое
Тест перед обучением (диагностика)	Много вопросов и тем Низкая сложность Подсказки и пояснения не рекомендуются	
Тест во время обучения (мониторинг, тест как обучение)	Много вопросов Много тем Средняя сложность Подсказки и пояснения рекомендуются	Мало вопросов Одна тема Средняя сложность Подсказки и пояснения рекомендуются
Тест в конце обучения (контроль)		Много вопросов и тем Средняя и высокая сложность Подсказки и пояснения не рекомендуются

Предполагаем, что дальнейшее развитие технологий дистанционного обучения должно идти в направлениях развития технологической составляющей образовательного процесса и формализации подходов к оценке качества и результатов обучения.

Библиографический список

1. Barabasch A., .DigitalEducation in Career and Technical Education and the Support of Creative Professional Development //The Wiley Handbook of Global Workplace Learning <https://doi.org/10.1002/9781119227793.ch14>
2. Clarke R., Adam A. Digital storytelling in Australia, Arts and Humanities in Higher Education 1-2, (157-176), 2012. <https://doi.org/10.1177/1474022210374223>
3. Lowenthal F., Patrick R. The Evolution and Influence of Social Presence Theory on Online Learning. Online Education and Adult Learning: New Frontiers for Teaching Practices. IGI Global, 2010. 124-139. Web. 30 Sep. 2019. <http://10.4018/978-1-60566-830-7.ch010>
4. Ryan Y., Latchem C. Educational Technologies in Distance Education // The Wiley Handbook of Learning Technology Offcampus and Online, but on Course? <https://doi.org/10.1002/9781118736494.ch10>
5. Sousa M. at all Creating knowledge and entrepreneurial capacity for HE students with digital education methodologies: Differences in the perceptions of students and entrepreneurs // \Journal of Business Research, Volume 94, January 2019, pp. 227-240.
6. Sparks J., Katz I., Beile P. Assessing digital information literacy in higher education: A review of existing frameworks and assessments with

recommendations for next-generation assessment (Research Report No. RR-16-32). Princeton, NJ: Educational Testing Service. 2016. <http://dx.doi.org/10.1002/ets2.12118>

7. Wray M., Lowenthal P., Bates B. Investigating perceptions of teaching online & f2f ...- Academic Exchange..., 2008 - patricklowenthal.com

8. Батсунов С.Н., Дереча И.И., Кунгурова И.М., Слизкова Е.В. Современные детерминанты развития softskills. // Научно-методический электронный журнал «Концепт», 2018. №. 4.- С. 198–207.

9. Дятлов С.А., Толстопятенко А.В. Интернет-технологии и дистанционное образование // Информационное общество, 2000. № 5. С. 29-37. Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_9118060_75347726.pdf

10. Ивонина А.И., Чуланова О.Л., Давлетшина Ю.М. Современные направления теоретических и методических разработок в области управления: роль soft-skills и hardskills в профессиональном и карьерном развитии сотрудников. // Наукoведение: Интернет-журнал, 2017. №. 1-9. Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/90EVDN117.pdf>. (In Russian)

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ: СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ

Е.Б. Атрушкевич, Е.А. Дементьева Выбор стратегии географической диверсификации рынка для предприятий лесного комплекса.....	3
Е.Н. Байкова, Т.В. Шмулевич О проблемах информационного обслуживания клиентов в банках.....	7
В.А.Бескровная, Ю.И. Тихомиров «Умный город»: от идеи до воплощения.....	11
О.Н. Богатырева, В.П.Овчаренко Нормирование труда как функция управления предприятием.....	16
Н. Г. Викторова, П.В. Отрубяникова Трансформация бухгалтерского учета посредством облачных технологий в эпоху цифровизации.....	20
Н.Н. Голицова Технологии рекрутинга в социальных медиа.....	24
В.А. Ежова Продуктовые инновации на российском рынке легковых автомобилей.....	27
М.Ф. Замятина Стратегический менеджмент как основа устойчивого развития предприятий.....	31
Н.Г. Иванова, К.Д. Бизюкова Общие тенденции развития топливно-энергетического комплекса стран мира.....	37
Р.В. Колесников Фриланс – современная форма организации труда: преимущества и недостатки.....	42
А.А. Копанская Методы управления производственной деятельностью промышленных предприятий.....	44
А.А. Копанская, М.Г.Трейман Экологические инновации – перспективное направление развития современных предприятий.....	49
Я.А.Марченко, Е.М.Фрейдкина Цифровизация бизнеса в АО МЭЛОН ФЭШН ГРУП.....	53
М.Г. Трейман Управление природоохранной деятельностью ПАО «Ижорские Заводы»...58	
М.Г. Трейман, Е.В. Измайлова Управление производственным процессом ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга».....	61

А.О. Цимбалюк

Зарубежный опыт внедрения аудиторских новаций
в целях противодействия теневой экономике.....65

Раздел 2

ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Е.Б. Атрушкевич, А.М. Николаев

Риски внедрения каршеринга во внутренний автопарк компании.....70

Е.В. Вирячева, О.П. Иванова

Пулинг – новый тренд в сфере доставки товаров
в российские розничные сети.....74

С.Ю. Ившин, М.В. Терешкин

Взаимосвязь цифровых технологий и управления запасами
в цепях поставок.....77

А.Г. Николаева, А.Г. Тороп

Логистика закупок как фактор повышения
конкурентоспособности предприятий.....80

А.Р. Фахретдинова, А.Г. Николаева

Анализ эффективности государственных закупок в ГУП «ТЭК СПб».....84

О.Ю. Шопенко

Оценка эффективности кампании цифрового маркетинга фирмы.....88

А.П. Юдин

Информационная система управления складской деятельностью.....93

Н.В. Яковлева, В.К. Козлов, Е.С. Царева

Цифровые технологии как фактор формирования пространства
позиционирования предприятия.....96

Раздел 3

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И УНИВЕРСИТЕТЫ БУДУЩЕГО

К.Н. Антонова

Особенности преподавания
дисциплины «иностранный язык» поколению Z.....101

В.В. Кириллова

Основные факторы, определяющие процесс формирования
нового бренда университета.....105

Н.П. Литвинова

Проект ЮНЕСКО «Обучающиеся города и регионы»:
проблемы и решения.....108

О.А. Морозов, М.Н. Луппиан

Цифровизация и профессии будущего.....113

К.А. Сечина	
Клипное мышление и его влияние на обучение иностранному языку в неязыковом вузе.....	116
А.И. Соболевская	
Отраслевые особенности подготовки кадров в области менеджмента.....	120
А.И. Соболевская	
Карьера и лидерство.....	123
Е.С.Суворова	
Функционально-стилистические разновидности русского литературного языка, влияющие на языковую культуру студентов.....	126
Т.Р. Терешкина, С.В. Терещенко, Кирси Итконен	
Проект «цифровая лесная педагогика» – драйвер развития приграничного образовательного пространства.....	129
Е.М.Фрейдкина, В.А.Бескровная	
Цифровизация дистанционного обучения в сфере высшего профессионального образования.....	133

CONTENTS

Section 1 ECONOMIC AND MANAGEMENT TECHNOLOGIES: MODERN ASPECTS

E. Atrushkevich, E. Dementeva CHOICE OF A GEOGRAPHIC DIVERSIFICATION MARKET STRATEGY FOR FOREST COMPANIES.....	3
E. Baykova., T. Shmulevich ON THE PROBLEMS OF INFORMATION SERVICE OF CLIENTS IN BANKS «SMART CITY»: FROM THE IDEA TO THE IMPLEMENTATION.....	7
V. Beskrovnaya, Y. Tikhomirov LABOR REGULATION AS A FUNCTION OF ENTERPRISE MANAGEMENT.....	12
O. Bogatyreva, V. Ovcharenko SOCIAL MEDIA RECRUITMENT TECHNOLOGIES.....	17
N. Viktorova, P. Otrubyannikova ENVIRONMENTAL MANAGEMENT OF AN INDUSTRIAL «ENTERPRISE IZHORSKIYE ZAVODY».....	20
N. Goliusova PRODUCT INNOVATIONS IN THE RUSSIAN PASSENGER CAR MARKET.....	24
V. Ezhova GENERAL TRENDS OF THE FUEL AND ENERGY COMPLEX DEVELOPMENT OF THE COUNTRIES OF THE WORLD.....	28
M. Zamyatina STRATEGIC MANAGEMENT AS A BASIS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES.....	31
N. Ivanova, K. Bizyukova FREELANCE - MODERN FORM OF LABOR ORGANIZATION: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES.....	37
R. Kolesnikov METHODS OF MANAGEMENT OF LOGISTICS ACTIVITIES IN INDUSTRIAL ENTERPRISE.....	42
A.A Kopanskaya ENVIRONMENTAL INNOVATIONS-A PROMISING DIRECTION FOR THE DEVELOPMENT OF MODERN ENTERPRISES.....	45
A. Kopanskaya, M. Treyman BUSINESS DIGITALIZATION IN JSC MELON FASHION GROUP.....	49
Y. Marchenko, E. Freidkina TRANSFORMATION OF ACCOUNTING THROUGH CLOUD TECHNOLOGIES IN THE ERA OF DIGITALIZATION.....	53
M. Treyman ENVIRONMENTAL MANAGEMENT OF AN INDUSTRIAL «ENTERPRISE IZHORSKIYE ZAVODY».....	58

M. Treyman, E. Izmailova PROCESS CONTROL ON THE EXAMPLE SUE " VODOKANAL OF ST. PETERSBURG».....	62
A. Tsimbalyuk FOREIGN EXPERIENCE IN THE IMPLEMENTATION OF AUDITING INNOVATIONS IN ORDER TO COUNTER THE SHADOW ECONOMY.....	65

Section 2 MARKETING AND LOGISTICS PROBLEMS

E. Atrushkevich, A. Nikolaev RISKS OF CARSHARING INTRODUCTION IN THE COMPANY'S INTERNAL FLEET.....	70
E. Viryacheva, O. Ivanova POOLING - A NEW TREND IN DELIVERY TO RUSSIAN RETAIL CHAINS.....	74
S. Ivshin, M. Tereshkin INTERCONNECTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES AND INVENTORY MANAGEMENT IN SUPPLY CHAINS.....	78
A. Nikolaeva, A. Torop PURCHASING LOGISTICS AS A FACTOR OF INCREASING COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES.....	81
A. Fakhretdinova, A. Nikolaeva EFFECTIVENESS ANALYSIS OF THE GOVERNMENT PROCUREMENT BASED ON THE EXAMPLE OF THE STATE UNITARY ENTERPRISE "FUEL AND ENERGY COMPLEX OF SAINT-PETERSBURG".....	85
O. Shopenko EVALUATION OF THE DIGITAL MARKETING COMPANY CAMPAIGN EFFICIENCY.....	88
A. Yudin MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM WAREHOUSE ACTIVITIES.....	93
N. Yakovleva, V. Kozlov, E. Tsaryova DIGITAL TECHNOLOGIES AS A FACTOR OF FORMATION OF ENTERPRISE POSITIONING SPACE.....	97

Section 3 EDUCATIONAL TECHNOLOGY AND UNIVERSITIES OF THE FUTURE

K. Antonova SPECIFIC FEATURES OF TEACHING A FOREIGN LANGUAGE TO GENERATION Z.....	101
V. Kirillova FUNDAMENTAL FACTORS DETERMINING THE NEW BRAND OF THE UNIVERSITY.....	105

N. Litvinova	
UNESCO PROJECT "LEARNING CITIES AND REGIONS»:	
PROBLEMS AND SOLUTIONS.....	109
O. Morozov, M. Luppian	
DIGITALIZATION AND PROFESSIONS OF THE FUTURE.....	113
K. Sechina	
CLIP THINKING AND ITS INFLUENCE	
ON FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN A NON-LANGUAGE UNIVERSITY.....	116
A. Sobolevskaya	
INDUSTRY SPECIFICS OF MANAGEMENT TRAINING.....	121
A. Sobolevskaya	
CAREER AND LEADERSHIP	123
E. Suvorova	
FUNCTIONAL STYLISTIC VARIETIES OF THE RUSSIAN LANGUAGE	
INFLUENCING ON THE LANGUAGE STUDENTS CULTURE.....	127
T. Tereshkina, S. Tereshchenko, K. Itkonen	
DIGITAL FOREST PEDAGOGY PROJECT - A DRIVER	
FOR THE DEVELOPMENT OF THE CROSS-BORDER EDUCATIONAL SPACE.....	129
E. Freidkina, V. Beskrovnaya	
DIGITALIZATION OF DISTANCE LEARNING	
IN THE SPHERE OF HIGHER EDUCATION.....	134

Научное издание

**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ
XXI ВЕКА:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА,
ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ**

МАТЕРИАЛЫ

**методической и научно-практической конференции
(Санкт-Петербург, 15 ноября 2019 года)**

Редакторы и корректоры Т.А. Смирнова, Л.Я. Титова

Темплан 2019 г., поз.110

Техн. редактор Л.Я.Титова

Сост., компьютерная верстка А.Р. Фахретдинова

Подп. к печати 21.11.2019. Формат 60x84/16. Бумага тип.№ 1. Печать офсетная
8,75 печ.л. 8,75уч.-изд.л. Тираж 45 экз. Изд. № 110. Цена «С». Заказ

Ризограф Высшей школы технологии и энергетики, СПбГУПТД,
198095, Санкт-Петербург, ул. Ивана Черных,4