

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Сибирский государственный индустриальный университет»**

*Посвящается 100-летию
со дня рождения ректора СМИ,
доктора технических наук,
профессора Н.В.Толстогузова*

**НАУКА И МОЛОДЕЖЬ:
ПРОБЛЕМЫ, ПОИСКИ, РЕШЕНИЯ**

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

ВЫПУСК 25

*Труды Всероссийской научной конференции
студентов, аспирантов и молодых ученых
12 – 14 мая 2021 г.*

ЧАСТЬ IV

Под общей редакцией профессора Н.А. Козырева

**Новокузнецк
2021**

ББК 74.48.278

Н 340

Редакционная коллегия:

д-р техн. наук, профессор Н.А. Козырев,
канд. экон. наук, доцент Ю.С.Климашина,
канд. экон. наук, доцент О.П. Черникова,
канд. экон. наук, доцент Е.В. Иванова,
канд. экон. наук, доцент В.В. Шипунова,
канд. экон. наук, доцент Т.Н. Борисова,
канд. техн. наук, доцент И.Ю.Кольчурина,
канд. техн. наук, доцент Е.Г. Лашкова

Н 340

Наука и молодежь: проблемы, поиски, решения: труды Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, 12–14 мая 2021 г. Выпуск 25. Часть IV. Экономические науки / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Сибирский государственный индустриальный университет ; под общ. ред. Н.А. Козырева – Новокузнецк; Издательский центр СибГИУ, 2021. – 372 с. : ил.

ISSN 2500-3364

Представлены труды Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых по результатам научно-исследовательских работ. Четвертая часть сборника посвящен актуальным вопросам экономики.

Материалы сборника представляют интерес для научных и научно-технических работников, преподавателей, аспирантов и студентов вузов.

ISSN 2500-3364

© Сибирский государственный
индустриальный университет, 2021

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВНЕДРЕНИЮ ЕГО В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ РОССИИ

Насонова В.В.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доцент Златицкая Ю.А.

*Сибирский государственный индустриальный университет,
г. Новокузнецк, e-mail: zlatitskaya@mail.ru*

В данной статье приведены результаты исследования, посвященные анализу результатов внедрения корпоративной культуры в зарубежных странах. Приведены особенности, закономерности и факторы влияющие на корпоративную культуру университетов и школ. Предложены мероприятия для внедрения и развития корпоративной культуры в учебных заведениях страны.

Ключевые слова: корпоративная культура, образование, мотивация, ценности организации, университеты, школы.

Есть много определений корпоративной культуры. В контексте университетов эти определения можно сократить до двух. Во-первых, корпоративная культура – это то, что есть в организации. То есть корпоративная культура является атрибутом организации и представляет собой набор поведенческих норм, символов, ритуалов, мифов, традиций и т.д. Они соответствуют ценностям, присущим организации, разделяемым ее сотрудниками, передаваемым в форме «жизненный опыт» организации, отражающий ее индивидуальность и определяющий восприятие себя и других организаций в социальной и материальной среде. Смысл второго определения заключается в том, что корпоративная культура – то, чем является организация, то есть то, как она реализует свою миссию внутри и вне себя, или, другими словами, способ существования организации. С практической точки зрения выбор того или иного определения также определяет способы воздействия на корпоративную культуру, способы ее изменения и развития [1].

Корпоративная культура университета – очень своеобразная форма жизнедеятельности наших организаций, что позволяет говорить о нем как о самоорганизующемся университете, построенном на принципах самооценки знаний, свободы преподавания и обучения, что – это специфический способ реализации идеи вуза. Пока в отечественной литературе еще недостаточно проанализированы особенности университетской культуры, но в зарубежных источниках можно узнать много информации о них. Например, американские университеты гораздо больше внимания уделяют формированию особой корпоративной культуры, определяют базовые характеристики университетской культуры (предполагается, что чем больше этих признаков наблюдается в культуре университета, тем лучше его корпоративная культура, чем выше место, которое он занимает или может занимать в системе

высшего образования своей страны):

- полифункциональность университета, или способность одновременно генерировать и обеспечивать передачу современных знаний;
- сильная ориентация на исследования и разработки, особенно фундаментальные исследования;
- наличие системы подготовки специалистов с «высшей» научной степенью, в том числе, когда количество магистрантов, аспирантов и докторантов превышает количество студентов, ориентированных на получение общего высшего образования;
- ориентация на современные области науки, высокие технологии и инновационный сектор экономики, науки и технологий;
- широкий спектр специальностей и специализаций, включая естественные, социальные и гуманитарные науки;
- высокий профессиональный уровень преподавателей, набранных на основе конкурсов, в том числе международных; наличие возможности приглашения на временную работу ведущих специалистов из разных стран мира.
- высокая степень информационной открытости и интеграции в международную систему науки и образования;
- восприимчивость к международному опыту и гибкость по отношению к новым областям исследований и методологии преподавания;
- конкретность и избирательный подход при подборе студентов;
- формирование особой интеллектуальной среды вокруг университета;
- наличие корпоративной этики, основанной на принципах своей науки, демократических ценностях и академических свободах;
- формирование вокруг вуза специфического научно-технического и экономического пространства, часто заполненного структурами технопарков;
- стремление к лидерству внутри региона, страны и мирового научно-образовательного сообщества в целом [2, 3].

Миссия любого учебного заведения в России в удовлетворении потребности личности в образовании, воспитании, формировании духовно-нравственной личности, владеющей знаниями, умениями, навыками и компетенциями, определяемыми личностными, семейными, общественными, государственными потребностями и индивидуальными особенностями ее развития. Выполнению этой миссии будет способствовать сохранение и приумножение национальных и общечеловеческих духовных ценностей, получение и распространение передовых знаний и информации.

Кроме того необходимо усовершенствование корпоративной культуры в школе, так как она является фундаментом для поступления и развития в университете [4].

Современный молодой человек стремится получить привлекательную работу, и желает иметь соответствующий уровень образования и владеть современными технологиями. Школе принадлежит огромная роль в перемене жизни страны к лучшему, она осуществляет образовательную деятельность в целях реализации прав граждан на получение гарантированного государ-

ством общедоступного и бесплатного начального общего, основного общего, среднего общего образования в пределах федеральных государственных стандартов, воспитания духовно-нравственной личности, владеющей знаниями, умениями, навыками и компетенциями, определяемыми личностными, семейными, общественными, государственными потребностями и индивидуальными особенностями ее развития.

Что же такое хорошая школьная культура?

Все начинается с связей – сильных и частично совпадающих взаимодействий между всеми членами школьного сообщества.

В их школе «хорошая культура», когда учителя выражают общее видение, а ученики добиваются успеха, или что им нужно «работать над школьной культурой», когда несколько учителей уходят в отставку или, уровень дисциплины учеников падает.

Изучая культуру, прослеживается сильная и значительная корреляция между организационной культурой университетов и школ. Как только руководители поймут, что составляет культуру – как только они научатся видеть в ней не туманную массу нематериальных активов, а что-то, что можно точно определить и сконструировать, – они могут приступить к реализации культурного видения.

Культура будет сильной или слабой в зависимости от взаимодействия между людьми в организации. В сильной культуре существует множество пересекающихся и взаимосвязанных взаимодействий, поэтому знания об отличительном характере организации и о том, что нужно для ее процветания, широко распространены.

Культура – это связи.

Культура будет сильной или слабой в зависимости от взаимодействия между людьми в организации. В сильной культуре между всеми членами организации существует множество взаимосвязанных взаимодействий. В результате знания об отличительном характере организации и о том, что нужно для ее процветания, широко распространяются и укрепляются. В слабой культуре редкие взаимодействия затрудняют знакомство людей с культурой организации, поэтому ее характер едва заметен, а приверженность ей является редкой или спорадической [5].

Убеждения, ценности и действия распространятся дальше всего и будут усилены, когда все будут общаться со всеми.

В условиях сильной школьной культуры руководители общаются напрямую с учителями, администраторами, консультантами и семьями, которые также напрямую общаются друг с другом.

Культура слабее, когда связи ограничены и связей меньше. Например, если некоторые учителя никогда не слышат напрямую от своего директора, администратор постоянно исключается из коммуникаций или какие-либо группы сотрудников работают изолированно от других, будет трудно распространять сообщения об общих убеждениях и обязательствах.

Культура – это основа убеждений и поведения.

Внутри этой слабой или сильной структуры то, во что именно люди верят и как они действуют, зависит от сообщений – как прямых, так и косвенных – которые посылают лидеры и другие члены организации. Хорошая культура возникает из сообщений, которые поощряют такие качества, как сотрудничество, честность и трудолюбие.

Культура формируется взаимосвязанными элементами, каждый из которых влияет на:

1 Основные убеждения и предположения или то, что люди в вашей школе считают правдой.

2 Общие ценности или суждения людей в вашей школе об этих убеждениях и предположениях – правильные они или неправильные, хорошие или плохие, справедливые или несправедливые.

3 Нормы, или то, как участники считают, что они должны действовать и вести себя, или то, что, по их мнению, от них ожидается.

4 Модели и модели поведения или то, как люди на самом деле действуют и ведут себя в вашей школе.

5 Модели и модели поведения или то, как люди на самом деле действуют и ведут себя в вашей школе.

Материальные свидетельства или физические, визуальные, слуховые или другие сенсорные признаки, которые демонстрируют поведение людей в школе. Каждый из этих компонентов влияет на другие и стимулирует их, образуя круг подкрепляющих убеждений и действий; прочные связи между каждым членом школьного сообщества укрепляют круг в каждой точке.

Соблюдать этические нормы и правила необходимо не только потому, что так принято, но и потому, что это формирует позитивную корпоративную культуру, позволяет эффективнее организовать взаимодействие между людьми и является проявлением уважения к себе и другим. Ясность и единство норм поведения и стандартов работы, и учебы, соблюдение сотрудниками и учениками интересов учебного заведения, способствуют укреплению ее престижа.

Для внедрения и развития корпоративной культуры в учебных заведениях, предлагаются следующее:

1. Государство должно спонсировать прохождение курсов повышения квалификации управленческому и педагогическому персоналу школы;

2. Повысить заработную плату учителям, с целью увеличения престижа профессии (повышение коснулось только преподавателей со стажем работы от 5 лет, и ввели повышение доплаты за категорию).

3. Повысить требования к педагогическому составу для улучшения качества обучения (в связи с нехваткой в школах кадров, на должность преподавателя берут без проверки знаний, важно только наличие диплома);

4. Проводить внеклассное обучение для развития корпоративной культуры (игры, тесты, тренинги, онлайн-тренинг позволяет просматривать, изучать материал лекций практически в любом месте – в общественном транспорте, в спортзале на беговой дорожке, дома во время уборки, в машине, ко-

гда вы стоите в пробке).

5. Индивидуальный подход к студенту. Этот подход примечателен тем, что информация адаптирована к потребностям студентов, и учитель обращается к каждому в отдельности. Обучение включает в себя обратную связь: каждый слушатель может задать вопрос оратору в онлайн-формате.

6. Расширение сторителлинга. Прежде всего, истории должны быть краткими, четко интерпретированными и пересекаемыми с жизненным опытом. Каждая история должна иметь логическое завершение, которое подводит слушателей к завершению.

7. Сотрудничество и социальное обучение. Такой процесс обучения может быть стимулирован созданием виртуальных сообществ, форумов, где люди в неформальной среде делятся своим опытом, проблемами и идеями для их решения. Обсуждение материала способствует лучшему усвоению, но также обеспечивает быструю обратную связь и образует значимые связи внутри коллектива

8. Обучение в неформальной среде или совместной работе. Есть много положительных сторон в коворкинге. Это полезно тем, у кого есть проблемы с дисциплиной, которые трудно собрать, потому что это активные и перспективные люди, занятые делом, обсуждают важные вопросы и не ленятся.

9. Обратная Тренировка. Перевернутое обучение сочетает преимущества традиционного образования за столами и онлайн-образования с гаджетами. Использование видео и другой электронной информации позволяет студентам полностью контролировать ход лекции: они могут просматривать и просматривать материал.

10. Изучение небольшое количество материала за короткое время или *microlearning*. Чаще всего этот термин используется в контексте электронных форматов обучения. Материал представлен учащимся в небольших разделах, продолжительность которых намного меньше, чем на онлайн-курсах. Длина информационных блоков является ключевым фактором микро-обучения. Разбивая большую тему на несколько коротких видеороликов, объясняющих один из компонентов, создатели курсов способствуют лучшей ассимиляции..

11. Образование Gamification является мощным инструментом для повышения индекса участия в образовательном процессе. В современном мире миллионы людей, играющих в компьютерные игры, прекрасно представляют себе, что такое «уровни», «прокачки», «квесты» («квесты»), «награды», «достижения».

12. Улучшение материально-технической базы в учебных заведениях;

13. Спонсировать дополнительные учебные заведения, чтобы они были доступны всем студентам. Спортивные и художественные школы, кружки по робототехнике, флористике и др. Учреждения должны спонсировать государство и создавать благотворительную организацию, чтобы найти спонсоров для нужд этих учреждений [7].

Таким образом, внедрение предлагаемых мероприятий будет способствовать повышению уровня корпоративной культуры в образовательных

учреждения страны.

Библиографический список

1. Окатов, А. В. Понятие и виды корпоративной культуры / А.В. Окатов, Д.А. Соловьев // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. – 2017. – №3(11). – С.35-47.
2. Яблонскене, Н. Л. Организационная культура / Н. Л. Яблонскене, 2006. – «Корпоративная культура современного университета». – URL: file:///N:/загрузки%20опера/elibrary_12810906_74158456.pdf
3. Мугалова, Ж. А. Корпоративная культура современной организации в условиях меняющегося общества // Вестник МИЭП. – 2015. – № 3(20). – С. 79-89.
4. Альтшуллер, А.А. Практическая психология для менеджера / А.А. Альтшуллер. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 384 с.2. – URL: http://www.vlsu.ru/uploads/media/Kodeks_korporativnoi_ehtiki.pdf.
5. Корпоративная культура в сфере образования / З.А. Булатова, И.А. Гайнуллин, Г.А. Абулханова // Современные проблемы науки и образования. – 2016. – № 3. – URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=24548>.
6. 10 трендов современного обучения // SIKE. Разработка обучающих курсов и симуляторов. – URL: <https://e-learn.sike.ru/10-trendov-obucheniya>.
- 7 Мешков, А. Ю. Группы методов формирования корпоративной культуры /А.Ю. Мешков// Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки. – 2014. – №4. – С.92-102.

УДК 005.935.2

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА

Савосько М.А.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доцент Златицкая Ю.А.

*Сибирский государственный индустриальный университет,
г. Новокузнецк, e-mail: zlatitskaya@mail.ru*

Актуальность выбранной темы обусловлена текущей ситуацией на рынке труда, на котором соискатели, выпускники, будущие специалисты сталкиваются с трудностями при поиске места работы, так как на другой стороне рынка находится второй участник рынка – работодатель, у которого присутствует свое видение подбора кадров. У каждой фирмы, у каждого работодателя имеются определенные критерии для приема сотрудников на работу, которые в свою очередь не всегда являются объективными.

Ключевые слова: работодатель, рекрут, HR специалист, собеседование, персонал, продукт.

Особенностью развития современного общества, являются быстрые изменения в области технологического развития с появлением принципов

СОДЕРЖАНИЕ

I ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИКИ ОРГАНИЗАЦИЙ, ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ	3
УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АО «ЕВРАЗ ЗСМК») <i>Евдокимов А.И.</i>	3
АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ НА ПРИМЕРЕ АО «ПОЛЯНЫ» <i>Лемко А.Н.</i>	8
АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВНЕДРЕНИЮ ЕГО В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ РОССИИ <i>Насонова В.В.</i>	13
ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА <i>Савосько М.А.</i>	18
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ПРИОСТАНОВКИ РАБОТЫ ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИЦИОННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «СИБИРСКАЯ СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНАЯ КОМПАНИЯ», СВЯЗАННОЙ С ПАНДЕМИЕЙ ПО КОРОНАВИРУСУ <i>Шприо Ю.В.</i>	22
УПРАВЛЕНИЕ ЗАПАСАМИ В ЛОГИСТИКЕ <i>Ваулина И.</i>	27
РОЛЬ КРУПНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ <i>Доманова Е.С.</i>	31
ПОВЕДЕНИЕ ДОМОХОЗЯЙСТВ: К ВОПРОСУ ИЗМЕНЕНИЯ СТРУКТУРЫ БЮДЖЕТА <i>Канифатова И.Ю.</i>	34
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НЕФТЕПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ <i>Митянова М.А.</i>	37
НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЦИКЛА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ <i>Пашкова Д.Д.</i>	41
ВИДЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КУЛЬТУР НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ <i>Валькова Н.А.</i>	44
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В РОЗНИЧНЫХ СЕТЯХ <i>Панов Е.В.</i>	49

Научное издание

НАУКА И МОЛОДЕЖЬ: ПРОБЛЕМЫ, ПОИСКИ, РЕШЕНИЯ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Выпуск 25

*Труды Всероссийской научной конференции студентов,
аспирантов и молодых ученых*

Часть IV

Под общей редакцией
Технический редактор
Компьютерная верстка

Н.А. Козырева
Г.А. Морина
Н.В. Ознобихина

Подписано в печать 23.06.2021 г.
Формат бумаги 60x84 1/16. Бумага писчая. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 22,07 Уч.-изд. л. 28,6 Тираж 300 экз. Заказ № 149

Сибирский государственный индустриальный университет
654007, г. Новокузнецк, ул. Кирова, 42
Издательский центр СибГИУ