- ✓ Как повысить экономическую эффективность деятельности?
- ✓ Какие работы необходимо выполнять для исполнения процесса и достижения ожидаемого результата?
- ✓ Что считать результатом каждого вида выполняемых работ?
- ✓ Если выполняется несколько видов работ, интегрированных в одну цепочку, то что можно считать выходом первой работы и входом второй?
- ✓ Каким видам ресурсов можно отдать предпочтение для выполнения запланированных работ?

Таким образом, модель бизнес-процесса может быть представлена описанием работ, выполняемых в соответствии с требованиями к качеству, обеспечивающими необходимый уровень эффективности.

Вывод.

Успешная деятельность бизнес-организации во многом определяется тем, как в ней построены и организованы бизнес-процессы.

Результаты исследования показывают, что использование инструментов описания и формализация позволяет совершенствовать бизнес-процессы. Основными аспектами при описании бизнес-процессов являются нотации, схемы процессов и модели процессов.

1. Свод знаний по управлению бизнес-процессами: BPM СВОК 3.0 / Под ред. А.А. Белайчука, В.Г. Елифёрова. Москва: Альпина Пабlishер, 2016.
2. Репин В.В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
3. Кондратьев В.В., Кузнецов М.Н. Показываем бизнес-процессы. Эксмо; М.; 2008.
4. Рыбаков М.Ю. Бизнес-процессы. Как их описать, отладить и внедрить. Москва. Издательство Михаила Рыбакова, 2019.
5. Шенталер Ф., Карле Т., Обервайс А., Фоссен Г. Бизнес-процессы. Москва: Альпина Пабlishер, 2019.
6. Ротер М., Шук Д. Учитесь видеть бизнес-процессы: Построение карт потоков создания ценности. Москва: Альпина Пабlishер, 2015.

Сарбей С.В., Антонова Н.Л.

Онлайн - бизнес: реальность и перспективы

*Сургутский Государственный Университет
(Россия, Сургут)*

doi: 10.18411/lj-06-2021-88

Аннотация

В данной статье актуализируется вопрос о ведении онлайн-бизнеса в 21 веке. Была рассмотрена история появления данной сферы занятости, проведен анализ как сильных, так и слабых сторон онлайн-заработка, сделаны выводы, основанные на приведенной статистике.

Ключевые слова: бизнес, целевая аудитория, интернет-площадка, фриланс.

Abstract

This article updates the question of doing online business in the 21st century. The history of the emergence of this sphere of employment was considered, an analysis of both the strengths and weaknesses of online earnings was carried out, conclusions were made based on the statistics provided.

Keywords: business, target audience, online platform, freelance.

Онлайн-бизнес - деятельность, нацеленная на получение заработка с помощью различных интернет-технологий. Данное направление можно назвать относительно молодым, так как активно себя проявлять оно начало в 90-х годах прошлого века. С каждым годом онлайн-бизнес все больше набирает популярность как среди начинающих предпринимателей, так и уже занявших устойчивые позиции на рынке организаций.

Свои корни он берет с появлением первых кредитных карт, произведенные из пластмассы с наметенной магнитной полосой, гарантировавшей возможность автоматизации финансово-расчетных операций. Приблизительно в этот период возникла концепция MRP.

Посредством онлайн-бизнеса предоставляется множество услуг из реального мира. Самые широко известные из них – репетиторство, услуги дизайнера, копирайтера, разработка программного обеспечения, более того, на расстоянии возможно обучить людей самым разным специальностям, повысить их профессиональную квалификацию, открыв собственные курсы на специальных онлайн-платформах.

Однако необходимо различать онлайн-бизнес и заработок в интернете. Онлайн-бизнес предполагает формирование собственного дела, который в будущем станет давать его владельцу постоянный доход, в то время как 2-ое – заработок в интернете – лишь временное получение прибыли. Поэтому нередко заработок в интернете со временем перерастает в постоянную прибыль. Именно этот факт привлекает начинающих индивидуальных предпринимателей.

Начать вести свой онлайн-бизнес не составит большого труда. Имеется большое количество тех же самых онлайн-курсов, где обучают мастерству введения собственного дела в интернете. Это достаточно увлекательный опыт, в особенности для тех, кто одарен предпринимательской жилкой.

Для того, чтобы определить, насколько онлайн-бизнес рентабелен в современных реалиях, необходимо изучить его различные стороны функционирования. В главную очередь это, прежде всего, целевая аудитория. Значимым признаком полезности считается отклик потребителей на продукт либо услугу, предоставленную в интернете.

Последующим условием считается анализ интернет-площадки для последующей продажи своего продукта. Чтобы определить соответствующую платформу для введения своего бизнеса, необходимо, в первую очередь, определить, где находится потенциальный покупатель.

Все негативные составляющие бизнеса в реальном секторе компенсируются как раз онлайн-бизнесом. Поэтому можно выявить следующие положительные стороны данной сферы деятельности:

1. **Общедоступность.** Главное преимущество для начинающего стартапера - запуск своего продукта с минимальными затратами. По сравнению с оффлайн бизнесом, здесь понадобится минимум денежных средств для содержания своей интернет-площадки (в реальном секторе – это, например, аренда помещения), а в некоторых случаях, где предполагаются только издержки производства продуктов - никаких. Но выйти на постоянный доход без долгосрочных вложений в будущее для последующего увлечения и улучшения производства не получится.
2. **Концентрация на работе.** Объемная работа с бумагами, как в офлайн, в сети интернет, пока что, отсутствует. Появляется возможность полностью сконцентрироваться на развитии своего дела без собирания необходимых документов.
3. **Возможность исследовать свою аудиторию,** что означает повысить число потенциальных покупателей.

4. Широкая география без территориальных ограничений. Появилась возможность найти необходимого специалиста или заказать услугу совершенно из другой страны. К онлайн-бизнесу можно отнести так же различные крупные магазины, находящиеся за пределами города и даже страны.

Несмотря на очевидное развитие интернет-пространства, многочисленные агенты государств СНГ скептически относятся к онлайн-бизнесу, не воспринимая его всерьез.

Отрицательной чертой является высокий риск быть подвергнутым недобросовестными объектами онлайн-бизнеса, именно они портят репутацию данной ниши. Объясняется это тем, что пока что не существует надежного способа обеспечить защищенность сделок, осуществляемых в интернете.

В то же время, нельзя не упомянуть, что вместе с финансовой независимостью участника такого бизнеса вытекает неумение правильно распоряжаться своими финансами, что введет к неудачным исходам развития, а иногда – к банкротству.

Основная причина неудач – это неправильные действия собственника. Чтобы открыть потенциально прибыльное дело, нужно обдумывать абсолютно все. Многие этого не делают, поэтому основная причина неудач в онлайн бизнесе – не обдуманные действия самих бизнесменов.

В настоящее время в интернете существует большой спектр различных областей жизни человека, не только торговая деятельность. Например, к ним относятся экономические блага (оплата штрафов и государственных пошлин, аудит, аутсорсинг), муниципальное обслуживание, врачебное, обслуживание во области строительства, ЖКХ, автотранспорта и многое другое. Формирование интернет-платформы упрощает доступ целевой аудитории к определенным ресурсам, кроме того, повышает уровень узнаваемости той или иной фирмы.

Применение сайтов в сети интернет, кроме того, дает возможность людям выбирать товары, которые на время заказа отсутствуют, а также делать заказ на те услуги или товары, которых нет в определённом населенном пункте.

Статистика гласит, именно в России находится сама крупнейшая интернет-аудитория в Европе (более 85 млн. пользователей). Это значит, что для большей части аудитории онлайн-бизнес наиболее привлекателен – он позволяет сэкономить время и отказаться от использования товаров и услуг традиционным путем. Более того, пользователей интернета насчитывается не менее 245 млн. человек, из этого можно сделать вывод, что люди все еще готовы покупать товары на интернет-площадках.

Россия так же занимает 5 место среди других интернет-рынков в Европе. Данный показатель стремительно растет, что приносит большой вклад в экономику государства. Ко этому же, нужно отметить, онлайн-бизнес в России демонстрирует самые большие темпы роста из числа других сетей интернет-рынков.

Общий размер отечественных интернет-рынков за минувшие 2019-2020 года собрал более 1,5 тыс. млрд руб., что составляет около 2% ВВП страны. Стоит отметить, что для того, чтобы организации смогли устойчиво удерживать свои позиции на рынке, им приходится использовать различные интернет-инструменты.

Кроме того, некоторые крупные компании постепенно расширяют границы своего бизнеса, перемещая интернет-платформы и получая доступ к большой аудитории, и ресурсам, в частности.

В связи с началом пандемии в 2020 году, только за первые полгода предыдущего года россияне в три раза больше совершили покупок, по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. Так, доля безналичной онлайн-оплаты составила 67% от общего прироста. В 2019 году эти значения составляли всего 32%. Так же данные изменения стимулировали рост новых интернет-магазинов в первом квартале 2020 года - составил около 199%.

Число новых открытых интернет-магазинов в 2019-2020 годах представлены на диаграмме:

Диаграмма 1 – сравнительная статистика новых интернет-магазинов в 2019-2020 годах.

В общей сложности, пандемия и самоизоляция привели в интернет-магазины около 15 миллионов новых пользователей. В частности, по прогнозам, такие расчеты останутся актуальными после того, как ограничения будут сняты - большинство людей все еще будут покупать в Интернете. На данный момент эти цифры говорят о том, что доля интернет-магазинов только растет.

В течение нескольких последующих лет Интернет останется ключевым способом ведения бизнеса. Многим людям вести свой бизнес намного удобнее – появилась дополнительная возможность работать на себя, ни от кого не зависеть, а также работать, не выходя из дома. По той же причине многие люди идут в сферу фриланса-зарабатывают деньги в Интернете.

Интернет-технологии стали самым важным связующим звеном между компанией и аудиторией, на которую направлена ее деятельность, поскольку они позволяют получать информацию о бизнесе, его среде, функционировании отрасли, а также о продуктах и услугах (включая их качество, цену и основные характеристики).

Интернет по-прежнему будет занимать большую долю ВВП.

Крупным компаниям необходимо частично перенести свой бизнес на онлайн-платформу, чтобы оставаться конкурентоспособными и сохранить значительную часть аудитории. Уровень конкуренции малого бизнеса по-прежнему высок именно за счет дешевизны и доступности информации в интернете, речь идет о построении правильной маркетинговой стратегии, инструментах создания имиджа и репутации, а также рекламных и PR-технологиях, требующих инвестиций.

Использование большого количества интернет-магазинов и консультаций может привести к вытеснению традиционного розничного рынка, что, в свою очередь, может негативно сказаться на экономике и заблокировать доступ к определенным товарам и услугам для определенных категорий людей. Работа в Интернете позволяет человеку самостоятельно формировать свою повседневную работу и устанавливать ее границы.

1. Кривякин К. С. Особенности производства наукоемкой продукции // Вестник Воронежского государственного технического университета, 2012. - С. 74-76.

2. Луценко М. С. Механизм обеспечения гибкости производственных систем в условиях развития инновационной деятельности // Дисс. канд. эконом. наук / Воронежский государственный технического университета Воронеж, 2008.
3. Пешкова И. В., Луценко М. С. Оценка системы стратегического управления предприятия в условиях инновационных изменений // Вестник Воронежского государственного технического университета. 2006. - С. 100.
4. Шендрикова О. О. Организация производства как фактор повышения эффективности производственной системы В сб.: Качество продукции: контроль, управление, повышение, планирование/ Сб. науч. тр. Междунар. молодеж. науч.-практ. конф.: В 2 т. Отв. ред.: Павлов Е. В. 2015. - С. 370-375.

Фадейкина В.С., Боровик А.В.

**Исследование изменения мотивационной структуры личности персонала
промышленного предприятия в зависимости от возраста**

*Сибирский государственный университет путей сообщения
(Россия, Новосибирск)*

doi: 10.18411/lj-06-2021-89

Аннотация

В статье представлены результаты исследования мотивационной структуры личности персонала промышленного предприятия при помощи методики В.Э. Мильмана. В результате исследования авторам удалось проследить изменение мотивационной структуры личности, в зависимости от возраста персонала. Также авторы предложили возможные варианты мотивации сотрудников разных возрастных групп. Результаты исследования могут быть использованы в разработке мотивационных программ промышленных предприятий для персонала, деятельность которого жестко регламентирована требованиями и инструкциями.

Ключевые слова: мотивационная структура личности, мотивация персонала, мотиваторы, управление персоналом.

Abstract

The article presents the results of the study of the motivational structure of the personality of the personnel of an industrial enterprise using the methodology of V. E. Milman. As a result of the study, the authors were able to trace the change in the motivational structure of the individual, depending on the age of the staff. The authors also suggested possible options for motivating employees of different age groups. The results of the study can be used in the development of motivational programs of industrial enterprises for personnel whose activities are strictly regulated by the requirements and instructions.

Keywords: motivational structure of the individual, personnel motivation, motivators, personnel management.

Мотивационная структура личности представляет собой совокупность смыслообразующих мотивов, которые определяют общую направленность потребностей и интересов личности.

Большое внимание в управлении персоналом должно уделяться методам мотивации персонала. [1] При разработке программ мотивации важно знать мотивационную структуру личности сотрудников и предлагать мотиваторы, интересные именно для персонала данной организации. Внутреннее побуждение, формируется под воздействием личных ощущений, основанных на особенностях процесса социализации личности, опыте, знаниях, ее социальной направленности. [2]

Понятие мотивации в психологии человека – это побуждения, вызывающие активность организма и определяющие ее направления; в управлении персоналом мотивация характеризуется как процесс, побуждающий человека к достижению личных целей или целей организации. [3] Важную роль в работе играет мотивация и