



ЭКОНОМИСТ

№7



16+

Фото: В. Никуленко

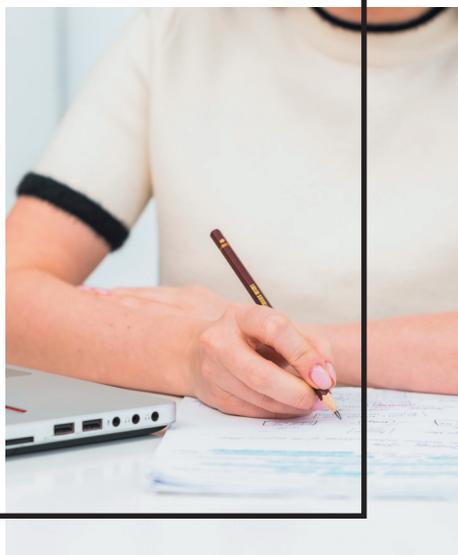
u n e c o n r u

ЧТО ТАКОЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ
ИНТЕЛЛЕКТ

ИСТОРИИ УСПЕХА ОТ НАШИХ
ВЫПУСКНИКОВ

КАК РЕАЛИЗОВАТЬ СВОЙ
БИЗНЕС-ПРОЕКТ

Слово редакции



Любой кризис – это, как известно, новые возможности. Привычный порядок и установки рушатся, с рынка уходят одни игроки и появляются новые, умеющие думать по-новому, адаптироваться к существующим обстоятельствам, создавать свои правила и удовлетворять возникшие в новых условиях потребности. По всем показателям сейчас – самое время заявить о себе, своих идеях и проектах. А «Экономист» постарается помочь в этом.

В ноябрьском номере мы подготовили материалы о том, как реализовать свою бизнес-идею, где найти на это средства, как выстроить правильную стратегию, привели вдохновляющие истории успешных выпускников экономического университета, их советы, которые могут быть полезны начинающим предпринимателям. Копнули глубже и поговорили с экспертами о том, что такое эмоциональный интеллект, как он может повлиять на успех в карьере и в бизнесе, ведь эмоции – мощный ресурс, который нельзя игнорировать, если вы хотите открыть свое дело и добиться в нем успеха. Расскажем, чем наш вуз может помочь студентам в построении карьеры, в получении профессионального опыта на практиках и стажировках в крупных компаниях, в построении собственного бизнеса. В общем, полезной информации, надеемся, в номере много. Главное, понять свои желания, цели и составить план.

Читайте, вдохновляйтесь, действуйте!

КОРОТКОЙ СТРОКОЙ

ПОКА МЫ ГОТОВИЛИ ЭТОТ НОМЕР, В НАШЕМ ВУЗЕ ПРОИСХОДИЛО МНОГО ИНТЕРЕСНЫХ СОБЫТИЙ. ВОТ НЕКОТОРЫЕ ИЗ НИХ:



В СПбГЭУ в дистанционном формате прошла 32 Международная студенческая олимпиада (МСО) «Экономика и менеджмент» – 2020, в которой приняли участие 650 студентов и руководителей из России и других стран, в частности из Германии, Республики Казахстан, Республики Беларусь, Польши.

В этом году в МСО работало 14 секций. Призерами третьего заключительного тура и победителями Международной студенческой олимпиады стали: Дарья Тутуева, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (1 место), Ирина Пугачева, Российский университет дружбы народов (2 место), Ксения Морозова, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» и Дарья Булаева, Санкт-Петербургский государственный экономический университет (3 место).

Руководителем проекта МСО с 2002 года является заслуженный работник высшей школы РФ, заведующая кафедрой аудита и внутреннего контроля СПбГЭУ профессор Наталия Каморджанова.

UNECON Трек объявляет набор на новые программы дополнительного образования – интенсивные курсы, насыщенные практическими заданиями, которые удобно совмещать с учебным процессом.

- VI-решения для бизнес-аналитики и принятия решений;
- Введение в математические основы машинного обучения;
- Нейронные сети для анализа и обработки изображений;
- Инструменты искусственного интеллекта IBM WATSON STUDIO: базовый уровень и другие навыки.

Развивайтесь вместе с ведущими экспертами-практиками из профильных организаций и лучшими преподавателями университета, не выходя из дома.

Больше информации о программах можно узнать по ссылке: uneccon.ru/dobor/layt-programmy.

Следите за новостями в группе дополнительного образования СПбГЭУ (vk.com/uneccondo) и UNECON Трек (vk.com/uneccon_track).



В официальной группе Ассоциации выпускников vk.com/alumni_uneccon начал работу сервис подписки на новые вакансии. Теперь мониторить предложения на рынке труда стало гораздо удобнее – просто нажмите кнопку «Подписаться», и вам будут приходить уведомления о новых вакансиях от Отдела карьеры и трудоустройства.

Подписаться на рассылку можно по ссылке vk.com/app5898182_-4013210

Для более эффективного информирования студентов и сотрудников СПбГЭУ, а также сбора всех информационных материалов по проектной и инновационной деятельности в одном источнике, создан Telegram-канал UNECON Innovations – t.me/unecconinno.

Подписывайтесь на канал, и вам будет доступна информация о проводимых конкурсах, мероприятиях, образовательных программах, проектных инициативах компаний и партнерских университетов и многое другое.

По всем вопросам обращайтесь к Андрею Алексанкову, директору Центра развития инноваций СПбГЭУ, e-mail: alexankov@inbox.ru

WEB ЭТИКЕТ



ЛЕКЦИИ, КОНФЕРЕНЦИИ, СОБРАНИЯ, ВСТРЕЧИ И ПЕРЕГОВОРЫ... ВСЕ ПЕРЕМЕСТИЛОСЬ В ВИРТУАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО. И ЕСЛИ ПРАВИЛА ПОВЕДЕНИЯ В ОБЩЕСТВЕ МЫ ВСЕ УСВОИЛИ С ДЕТСТВА, ТО, КАК ВЕСТИ СЕБЯ, КОГДА НАХОДИШЬСЯ В СОБСТВЕННОЙ КОМНАТЕ И ПРИ ЭТОМ ЧИТАЕШЬ ДОКЛАД НА АУДИТОРИЮ В НЕСКОЛЬКО ДЕСЯТКОВ ЧЕЛОВЕК, НЕТ. СУЩЕСТВУЕТ ЛИ WEB ЭТИКЕТ? ПОПРОБУЕМ РАЗОБРАТЬСЯ.

Проведя поиск на просторах интернета, готовы поделиться с читателями следующими правилами хорошего тона в WhatsApp, Skype или Zoom, ставшими за последние месяцы основными каналами обучения и работы.

Проверьте подключение к интернету и оборудование заранее. Вы будете выглядеть и чувствовать себя беспомощно и непрофессионально, пытаясь начать встречу с неработающей веб-камерой или микрофоном. Если встреча планировалась заранее, проверьте все настройки видеоконференции тоже заранее, а не за минуту до ее начала. Проверьте встроенный микрофон или гарнитуру, чтобы убедиться, что ваше программное обеспечение их обнаружило, позволяя поддержать формат видеоконференций.

Видеозвонок или видеоконференция такая же встреча, как и в реальности. Поэтому, как и в реальности, будьте вежливы: поздоровайтесь, если уместно, спросите, как дела, поблагодарите, что нашли время и т. д.

Старайтесь не опаздывать на видеосерияцию. Как неловко врываться на уже идущую лекцию или конференцию в «реальном» мире, также неловко делать это и во время встречи онлайн. Если же вы все-таки вынуждены присоединиться позже, извинитесь, что задержались.

Если вы организуете звонок на трех и более человек, лучше всего спросить за 15 минут у всех его участников, смогут ли они быть на связи.

Невежливо набирать человеку сразу с видео. Лучше спросить: «сделаем звонок с видео или только голосом». Имейте в виду, что некоторые люди могут отказаться от видео по различным причинам, особенно если находятся в общем пространстве с детьми или домашними животными либо просто не хотят, чтобы их видели в этот момент.

Для звонков старайтесь пользоваться наушниками, чтобы избежать эха и других посторонних шумов. По этой же причине отключайте свой микрофон, когда не говорите. Собеседникам совсем не обязательно слушать, как у вас в доме лает собака, работает стиральная машина или телевизор. Вообще, если вам предстоит участвовать в видеоконференции, постарайтесь найти себе тихое место. Даже если бродящие по дому члены семьи, соседи по комнате или питомцы не отвлекают вас, они могут отвлекать ваших собеседников.

Постарайтесь по возможности не перемещаться по комнате во время видеосвязи. Камера должна быть статичной.

Уделите время, чтобы организовать пространство вокруг себя. Откройте шторы или включите свет, если в помещении темно, и вас может быть

плохо видно. Если вокруг неубрано, воспользуйтесь зеленым экраном или виртуальным фоном, чтобы скрыть беспорядок. Такая функция есть в Zoom.

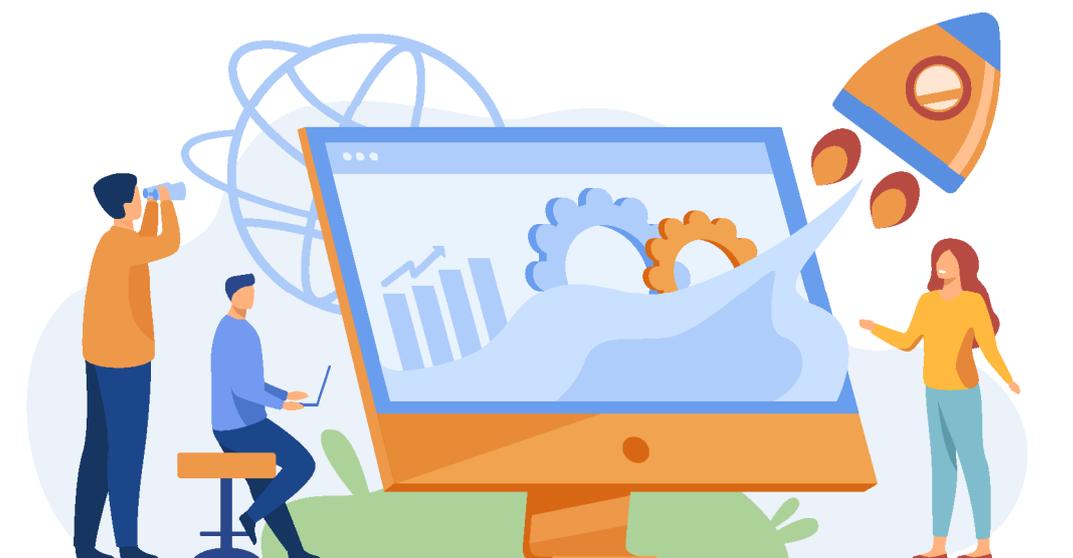
Избегайте домашней одежды и домашнего изобилия предметов на заднем фоне. У собеседника может возникнуть ощущение, что он подглядывает за вами скрытой камерой. Да и вообще, присутствие на видеовстречах в пижаме или нарочито «домашней» одежде может повлиять на ваш деловой имидж не лучшим образом. Строгий дресс-код тоже не обязателен, но убедитесь, что вы одеты соответственно, чтобы предстать перед коллегами и поддерживать рабочий тон.

Если хотите, чтобы коллеги сосредоточили свое внимание на вас, когда вы будете говорить, нужно смотреть прямо в камеру. Даже если вы не видите своих оппонентов, взгляд в камеру помогает воссоздать ощущение личного общения.

Не говорите все сразу. Это мешает понять собеседника и в обычном общении, в виртуальном же создает особые проблемы. Обязательно дождитесь своей очереди, чтобы вас услышали.

Не занимайтесь другими делами одновременно, особенно с включенной камерой. Не оставляйте камеру пустой. Это продемонстрирует неуважение к собеседникам.

ЗАПУСК ПРОЕКТА БЕЗ ОШИБОК



МЕЧТАЕТЕ РЕАЛИЗОВАТЬ СВОЮ БИЗНЕС-ИДЕЮ, НО НЕ ЗНАЕТЕ С ЧЕГО НАЧАТЬ – ГДЕ ВЗЯТЬ ДЕНЬГИ, КАК ВЫСТРОИТЬ СТРАТЕГИЮ И СПЛАНИРОВАТЬ БЮДЖЕТ? ПОЛЕЗНЫМИ СОВЕТАМИ С ВАМИ ПОДЕЛЯТСЯ ЭКСПЕРТЫ В ЭТОЙ ОБЛАСТИ – СОТРУДНИКИ КАФЕДРЫ ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.

– РАССКАЖИТЕ, ЧТО ТАКОЕ КРАУДФАНДИНГ, И КАКИМ ОБРАЗОМ С ЕГО ПОМОЩЬЮ МОЖНО СОБРАТЬ ДЕНЬГИ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА?

– Краудфандинг представляет собой метод коллективного финансирования проекта: инвесторами, желающими вложить средства в привлекательный проект, или просто неравнодушными к предложенной идее людьми. В соответствии с этим деньги можно получить безвозмездно, в долг, в счет будущей прибыли, под обещание предоставить жертвователю конечный продукт. Сбор средств осуществляется посредством интернет-площадок. Необходимо выбрать интернет-ресурс, с помощью которого вы будете искать средства, зарегистрировать свой проект в качестве претендента на финансирование и объявить сбор средств.

– ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ, ЧТОБЫ ПРОЕКТ «ПОЛЬЗОВАЛСЯ ВНИМАНИЕМ»?

– Во-первых, он должен соответствовать потребностям большого числа потенциальных потребителей. Важно правильно сформировать ценностное предложение, чтобы оно нашло отклик у инвесторов. Во-вторых, необходимо обеспечить информирование потенциальных клиентов о своем проекте. Для этого стоит познакомиться с основами электронного маркетинга, например, по материалам клуба маркетологов-практиков «Тыжмаркетолог».

Наконец, желательно, чтобы в вашей команде были люди, имеющие опыт работы в бизнесе, связанном с рынком, на который выходит ваш проект. Если речь именно о бизнес-проекте (а не об издании книги или другом культурном, социальном проекте), рассказ о компетенциях команды существенно повышает его рейтинг.

Успех сбора зависит от того, насколько привлекательным будет ваш проект, какой экономический и социальный эффект ожидается от его реализации. Если идея имеет инновационный характер и при этом обещает быть коммерчески успешной на рынке, перспективы сбора могут быть весьма благоприятны. Очень часто популярностью пользуются именно нестандартные, творческие решения проблем.

– ИЗВЕСТНЫ ЛИ ВАМ ПОПУЛЯРНЫЕ В РОССИИ ПЛАТФОРМЫ И ПРОЕКТЫ, КОТОРЫЕ СМОГЛИ СОБРАТЬ СРЕДСТВА, БЛАГОДАря КРАУДФАНДИНГУ?

– В России успешно продвигаются мировые платформы: лидер краудфандинга в США Kickstarter, его основной конкурент Indiegogo, быстрорастущая ныне Crowdfunder.com, британская SoMoLend и другие. Есть и немало своих платформ. Активно развиваются Planeta.ru, Бумстартер, Kroogi, ThankYou, Фандико, Модуль-Деньги и другие. Некоторые из них имеют свою специфическую направленность. Например, ThankYou пози-

ционирует себя как «музыкально-литературный портал». Другие имеют более универсальный характер. Можно привести в пример много проектов, получивших жизнь благодаря краудфандингу. Большинство из них отличаются уникальным, инновационным характером. Зачастую, это очень нестандартные решения, например, куртка для путешествия с различными карманными отделениями, подушкой для сна и даже маской. На первый взгляд, идея может показаться странной, однако собрано было около 9 миллионов долларов. Более 12 миллионов долларов «получил» улей для пчел с автоматической системой сбора меда.

– КАК ПРАВИЛЬНО В ЦЕЛОМ СПЛАНИРОВАТЬ БЮДЖЕТ НА РЕАЛИЗАЦИЮ СВОЕЙ БИЗНЕС-ИДЕИ? КАКИЕ ГЛАВНЫЕ ПУНКТЫ НУЖНО ОБЯЗАТЕЛЬНО УЧИТЫВАТЬ?

– Грамотная оценка инвестиционного проекта непременно включает в себя оценку его финансовой реализуемости. Это означает, что на каждом этапе реализации проекта потребность в денежных средствах (и других ресурсах) должна полностью обеспечиваться соответствующими денежными потоками в полном объеме с точным соблюдением их адресации по времени. При планировании объема инвестиций необходимо использовать актуальные и достоверные источники информации о рынке недвижимости, оборудования, сырья и

материалов, инженерных ресурсов и пр., не питать чрезмерных иллюзий относительно возможностей приобретения имущества дешевле его рыночной стоимости без ущерба для производительности и надежности, без снижения его эксплуатационных свойств.

Необходимо тщательно рассчитать объем оборотного капитала предприятия, учесть все текущие расходы. Важным условием реализуемости бизнес-проекта является качественное планирование бюджета не только по объемам расходов, но и времени их осуществления, чтобы в процессе деятельности не возникали «кассовые разрывы» между потребностями в ресурсах и источниками их финансирования.

– КАКИЕ ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ СОВЕРШАЮТ НАЧИНАЮЩИЕ БИЗНЕСМЕНЫ?

– Если говорить именно о бизнес-проектах, то стандартный набор ошибок начинающих предпринимателей выглядит так: 1. Отсутствие рынка сбыта – не нашли своего потребителя. 2. Отсутствие времени и средств на реализацию проекта. Чтобы проект «взлетел», надо много работать. Если вы не планируете вкладывать в него много сил и свои личные сбережения, никто другой вам свои средства не доверит. 3. Неправильная команда – отсутствие необходимых компетенций, неумение работать совместно, наивное убеждение, что можно вытянуть проект в одиночку. Необходимо иметь базовые экономические знания, в противном случае стоит привлечь к разработке финансовой модели проекта того, кто их имеет. Можно воспользоваться одним из множества интернет-сервисов, например, сервисом Бизнес-навигатор МСП (smbn.ru). Такие сервисы содержат образцы типовых бизнес-планов, различные шаблоны для разработки финансовой модели, позволяют получить бесплатные консультации по вопросам, которые чаще всего возникают у начинающих предпринимателей. Прежде чем реализовывать свою идею, полезно получить опыт работы в аналогичной сфере в роли наемного работника, чтобы понять «подводные камни» воплощения проекта, что называется, изнутри. Чем меньше будет эта компания и доброжелательнее отношения внутри коллектива, тем больше вы сможете понять об особенностях функционирования бизнеса на данном рынке.

– НА КАКИХ ПУНКТАХ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ЭКОНОМИТЬ НЕЛЬЗЯ?

– Отправной точкой проекта является бизнес-идея, лежащая в его основе. Важна не столько ее новизна и оригинальность, сколько проработанность маркетинговой стратегии, соответствующей этой бизнес-идее. Зачастую причиной провального проекта становится именно неверно спланированная маркетинговая стратегия. Речь здесь не о рекламе. Маркетинговая стратегия гораздо более серьезный этап реализации бизнеса, чем, порой, кажется, а реклама – всего лишь один из инструментов продвижения. В основе маркетинговой стратегии лежит маркетинговый анализ, анализ рынка. Ошибки в анализе и, как следствие, в выстроенной на его основе маркетинговой стратегии, подрывают все дальнейшее планирование деятельности, как бы тщательно оно не было выполнено. Не менее важна грамотная разработка финансовой модели. Заложенные в ней ошибки дадут неверный прогноз финансовых результатов проекта. В этом случае инициатора проекта могут ожидать весьма неприятные сюрпризы. Наконец, нельзя забывать об управлении рисками проекта. В последнее время этой области управления уделяется серьезное внимание, и это неспроста. Управление рисками – одна из самых важных компетенций современного предпринимателя, позволяющая предвидеть негативное развитие событий и, таким образом, адекватно к нему подготовиться.

– В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ПОПУЛЯРНЫМ СТАНОВИТСЯ ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕС. В ЧЕМ ЗАКЛЮЧАЮТСЯ ЕГО ПЛЮСЫ И МИНУСЫ?

– Современные телекоммуникационные технологии предоставляют бизнесу огромные возможности самого разного рода. В первую очередь, это возможности доступа к рынкам, возможности для представления и продвижения своих товаров и услуг. Немалые перспективы открываются и для дистанционной работы сотрудников. Начавшаяся в этом году пандемия наглядно показала, что в современных условиях далеко не каждому предприятию необходим реальный офис, во многих случаях вполне можно обойтись виртуальным. И это не только экономия на аренде. Это экономия времени на проезд сотрудников и, возможно, повышение комфортности работы, что, в конечном итоге, положительно влияет на производительность труда.

Наконец, нельзя недооценивать информационные ресурсы, которые предоставляет современному бизнесу развитие телекоммуникационных технологий.

В то же время, не надо забывать, что интернет-бизнес – это тоже бизнес. И хотя возможностей в части расширения рынка у него больше, не стоит думать, что если там все «виртуально», то и деньги можно делать «из воздуха». Рыночная конкуренция на нем не менее, а, подчас, более жесткая, а может быть даже жестокая, так как законодательство в части интернет-бизнеса еще не достаточно сформировано и практика правоприменения не отработана. Кроме того, большая степень информатизации и компьютеризации бизнеса, как и всей нашей жизни в целом, делает людей крайне зависимыми от устойчивости работы техники и технологий, от их защищенности от их же внутреннего несовершенства и внешнего, в том числе злонамеренного, воздействия.

– КАКИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ КУРСЫ МОЖНО ПРОЙТИ НАЧИНАЮЩИМ БИЗНЕСМЕНАМ, ЧТОБЫ СТАТЬ БОЛЕЕ УСПЕШНЫМИ В СВОЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ?

– Предпринимательству, как совокупности личностных характеристик, научиться нельзя. Предпринимательская «жилка» либо есть, либо ее нет. Но одной лишь предпринимательской «жилки» для успеха в современном бизнесе недостаточно. Нужно профессионально обучаться и развивать свои компетенции, что по определению не могут сформировать краткосрочные курсы и бизнес-тренинги. Лекции типа «История моего успеха» также бестолковы – это история не вашего успеха, в данном случае вы просто становитесь «объектом бизнеса» лектора, который собирает деньги за свои курсы и программы. Уверенное владение компетенциями, необходимыми для успешного осуществления предпринимательской деятельности, можно только «вырастить» в процессе освоения комплексной и сбалансированной учебной программы – для этого необходим опыт, время. Такая программа есть в магистратуре нашего университета. Это программа «Экономика предпринимательства и стартап», разработанная и успешно осуществляемая кафедрой экономики предпринимательства СПбГЭУ.

*Елена Ялунер, Ирина Левитина,
Дария Швецова, Дмитрий Гашко*

НА ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОМ РЫНКЕ МИРА



В 2020 ГОДУ НАШ УНИВЕРСИТЕТ ОТМЕЧАЕТ 90-ЛЕТНИЙ ЮБИЛЕЙ. В СВЯЗИ С ЭТИМ МЫ ПРОВЕЛИ РЯД ИНТЕРВЬЮ С ВЫПУСКНИКАМИ ВУЗА И НА ПРОТЯЖЕНИИ НЕСКОЛЬКИХ НОМЕРОВ БУДЕМ ДЕЛИТЬСЯ С ВАМИ СЕКРЕТАМИ УСПЕХА И ПОСТРОЕНИЯ КАРЬЕРЫ ОТ ЛИДЕРОВ В РАЗЛИЧНЫХ ОБЛАСТЯХ БИЗНЕСА.

Источник: freerik.com



В этом выпуске героиней нашего материала стала Юлия Любчик, старший технико-экономический инженер в компании Schneider Electric.

ПРО УНИВЕРСИТЕТ

Я училась на факультете экономики и управления, кафедра экономики предприятия и производственного менеджмента. До сих пор помню, как, побывав на Дне открытых дверей, сразу влюбилась в этот вуз и поняла, что учиться хочу именно здесь, ведь здесь можно получить образование по востребованным профессиям, здесь прогрессивные преподаватели. Ни разу в жизни я не пожалела о своем решении, и родной Финэк вспоминаю с большим теплом! Именно в университете я нашла самых близких друзей, с которыми до сих пор часто общаюсь. Со многими сокурсниками поддерживаем связь в соцсетях и не забываем друг друга. Бываю также на мероприятиях вуза, куда приглашают выпускников.

КАРЬЕРА И ОБРАЗОВАНИЕ

Благодаря университету и его международным связям у меня была возможность в годы обучения получить не одно, а два высших образования. Закончив заочно также университет г. Гренобля (Франция), я смогла позд-

нее получить дополнительное образование во Франции и вернулась в Россию с четким желанием найти работу с применением всех полученных знаний, включая знание французского языка. Мне хотелось работать в такой крупной компании, как Schneider Electric. Мне повезло стать частью ее коллектива в 2001 году.

Название моей должности – старший технико-экономический инженер, может произвести впечатление, что должность эта чисто техническая. На самом деле, я – коммерсант, который может помочь вести проект, помочь в подборе оборудования, произвести технико-экономическое обоснование преимуществ продукции. Я отвечаю за взаимодействие с несколькими компаниями дистрибьюторами – партнерами Schneider Electric на электротехническом рынке. В такой работе важно понимать все процессы, происходящие в организации, разбираться в финансах, коммерции, маркетинге и т.д. Поэтому знания, полученные в университете, я использую в полной мере. Дополнительные технические знания по продвигаемой продукции я получила в самой компании.

ПЕРСПЕКТИВНАЯ ЭНЕРГЕТИКА

Мир становится более электрическим и более цифровым. По оценкам Schneider Electric, к концу XXI века мировое потребление электроэнергии может в 40 раз превысить показатель начала XX века, поэтому нужно искать новые решения, чтобы использовать энергию и ресурсы максимально эффективно. Именно этим мы и занимаемся в Schneider Electric. Наша компания – мировой лидер в предоставлении цифровых решений

в области управления электроэнергией и автоматизации для обеспечения эффективности и устойчивого развития. Schneider Electric делает процессы и энергосистемы безопасными, надежными, открытыми и подключенными. Эта сфера очень перспективная, потому что от нее зависит развитие человечества в будущем, и у каждого из нас есть возможность внести свой вклад в решение глобальных вопросов.

ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ

Конечно, введенные принципы самоизоляции не могли не повлиять на привычное ведение бизнеса. Многим компаниям пришлось оперативно адаптироваться к вызову времени и более активно диджитализировать свою деятельность. Тот, кто, как наша компания, был готов в этом смысле, смог легче адаптироваться к ситуации. Мы давно придерживались принципа work-life balance, практиковали возможность работать из дома один раз в неделю и гибкий подход к графику рабочего дня. Наше техническое оснащение на 95% было готово к удаленному режиму, поэтому мы не испытали сложностей с переходом на новый формат работы.

СОВЕТ СТУДЕНТАМ

Важно быть небезразличным, увлеченным делом, которым занимаешься. Не лениться, всегда учиться и развиваться. Не предавать свои принципы, но при этом гибко относиться к изменениям и вызовам времени, стараться их принимать, не опускать руки и искать нестандартные решения. Такой подход всегда приведет к успеху.

ИНГРЕДИЕНТЫ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА



СОВЕТАМИ О ТОМ, КАК ОТКРЫТЬ СОБСТВЕННЫЙ БИЗНЕС, И КАКУЮ РОЛЬ В ЭТОМ ПРОЦЕССЕ ИГРАЕТ ОБРАЗОВАНИЕ, С ЧИТАТЕЛЯМИ «ЭКОНОМИСТА» ПОДЕЛИЛСЯ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ «LUMOLINK» ЮРИЙ ФЕДУЛОВ.



ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ МАРШРУТ

Экономический университет я окончил в 1999 году. Учился на факультете «Финансы и кредит и международные экономические отношения». В вузе действовала совместная программа с французскими университетами, которую я тоже окончил. До сих пор не теряю связи с одногруппниками: встречаемся несколько раз в год, был также на встречах выпускников французской программы. После окончания Финэка образование мое не завершилось. Мне удалось поступить на программу обмена с американцами Young Leadership. Я учился в бизнес-школе при Денверском университете. Одним из условий участия в этой программе было волонтерство в количестве 10 часов в неделю. Я выбрал организацию, которая занималась строительством пешеходных троп в горах Колорадо. Волонтерство помогло мне в даль-

нейшем получить работу, так как на одном из таких проектов я познакомился с преподавателями из своего же университета, и они предложили мне место у них на кафедре в качестве помощника преподавателя статистики. Наличие работы позволило мне продолжить обучение в университете Денвера. Помимо основных предметов по финансам, я выбрал несколько курсов по электронной коммерции, которые в дальнейшем определили то, чем я сейчас занимаюсь – работой в области создания и продвижения сайтов. Я устроился на три стажировки по финансам в Денвере в Merrill Lynch, Icon Fund и в пенсионный инвестиционный фонд и понял, что не хотел бы там работать, так как в таких крупных структурах обычно все жестко регламентировано, мало места для роста и творчества.

УЧЕБА ПО-АМЕРИКАНСКИ

Во время обучения меня удивляло, что в американских университетах можно было пользоваться калькулятором на экзаменах, а также низкий средний уровень подготовки студентов по математике. К примеру, как-то на одном из подготовительных занятий я узнал, что их в школе не учат делить столбиком. Когда я показал,

как это делается, они смотрели на меня как на математического гения. Здание бизнес-школы уже тогда считалось одним из самых технически оснащенных в Денвере. Разъемы для быстрого интернета за каждой партой, компьютерные проекторы почти в каждой аудитории, и это было уже при открытии нового здания бизнес-школы в 2000 году. Наличие ноутбука, кстати, являлось обязательным требованием для учебы в университете.

Удивляло меня и то, как активно университет вел работу по сбору пожертвований у известных бизнесменов. Помимо самого Билла Дэниэлса, мультимедийного магната из Денвера, в честь которого назвали бизнес-школу (Daniel's Business School), в ней каждая аудитория была названа в честь людей, сделавших пожертвования. Даже на скамейках находились таблички, на чьи деньги они куплены. А все началось с одного человека – Дэниэла Ритчи, крупного бизнесмена в Колорадо, который на пенсии пошел работать в университет за 1 доллар в год. За счет своих связей ему удалось привлечь пожертвования на строительство университета от многих известных людей в Колорадо. Благодаря им были построены новое здание бизнес-школы, новый спортивный комплекс с хоккейной ареной и олимпийским бассейном. Бизнес-школа вошла в 25 лучших в США. Параллельно с учебой я устроился работать вебмастером в компанию, продававшую отопительную технику, и сделал для них вебсайт. В день открытия интернет-магазина мы получили заказов на 2000 долларов. В итоге я продолжаю заниматься сайтами и их продвижением последние 20 лет.

СВОЙ БИЗНЕС

По возвращении в Россию я поработал в двух крупных компаниях и понял, что мне больше нравится заниматься консалтингом в сфере создания и продвижения сайтов. В крупных компаниях другой корпоративный дух и часто много неэффективных систем, которые требуют значительных усилий для изменения. Небольшие компании, напротив, за счет гибкости и более быстрой адаптации растут на своих рынках быстрее крупных конкурентов. Любой бизнес – это всегда слияние личных интересов и профессиональных навыков. Нужно быть увлеченным делом, которым занимаешься, чтобы оно было успешным. В компании «LumoLink» мы стараемся делать

качественную работу с прицелом на конверсию, чтобы клиент зарабатывал за счет той рекламы и сайтов, которые мы делаем.

Хочу также отметить, что знания, полученные в учебных заведениях, в том числе в нашем вузе, при создании и развитии бизнеса мне очень пригодились, особенно по маркетингу и основам управленческого учета. На самом деле, при управлении собственным бизнесом обучение не заканчивается никогда. Как говорят американцы, в среднем, нужно прочитать 1000 книг, чтобы удержаться в своем бизнесе более 5 лет.

КРИЗИС И ВОЗМОЖНОСТИ

В период кризиса нужно «грести быстрее». Выживут те компании, которые смогут оперативно перейти на аутсорсинг/облачные технологии. На мой взгляд, будут процветать те бизнесы, которые смогут максимально автоматизировать свои бизнес-процессы, используя новые технологии. К сожалению, в интернет-бизнесах разрыв между лидером и второй или третьей компанией в каждом сегменте намного больше, чем в традиционной экономике. Нередки ситуации, когда лидер получает от 80 до 90% трафика и, соответственно, продаж в своей отрасли. То есть правило Парето становится еще жестче, например, 90% прибыли в отрасли у 10% компаний вместо традиционных 80% на 20%.

Сейчас у студентов гораздо больше возможностей, если сравнить с 90-ми. В таких отраслях, как облачные сервисы, робототехника, мобильные приложения, можно спокойно найти свою нишу. Вообще, студентам, которые хотят реализовать свои бизнес-проекты и идеи, я бы посоветовал пробовать делать это как можно раньше. Инфраструктура для этого сейчас есть. Еще посоветую обязательно писать бизнес-план, чтобы самим понимать, быстрее или медленнее вы двигаетесь, чем планировали. Откладывать сбережения и учиться инвестировать, так как в любом бизнесе нужно быть готовым к возможным убыткам. Необходимы сбережения на 3-6 месяцев. Нужно также быть мобильными, пока еще не завели семью. Можно смотреть, какие виды бизнеса хорошо растут за границей и пробовать адаптировать их бизнес-модели под российские реалии. Главное, верить в себя и действовать.

Подготовила Мария Шипилова

СТАТЬ ЧАСТЬЮ КОМАНДЫ МЕЧТЫ



ДМИТРИЙ ДАНКОВСКИЙ, ВЫПУСКНИК НАШЕГО УНИВЕРСИТЕТА, РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ООО «КИА МОТОРС РОССИЯ И СНГ», РАССКАЗАЛ ЧИТАТЕЛЯМ «ЭКОНОМИСТА», КАКИЕ КАЧЕСТВА НУЖНЫ СПЕЦИАЛИСТУ, ЧТОБЫ СТАТЬ ЧАСТЬЮ КРУПНОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ.

– СКАЖИТЕ, ПОЧЕМУ ДЛЯ ПОЛУЧЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ ВЫБРАЛИ ИМЕННО ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВУЗ?

– Во-первых, заинтересовала экономика как область, где я могу наилучшим образом реализовать себя (спасибо профориентации и дополнительно-экономическому образованию в 10-11 классах). Во-вторых, экономический университет – лучший в своей сфере, поступить сюда было вызовом, а я люблю вызовы. После общеэкономического факультета свой выбор остановил на кафедре маркетинга, т.к. маркетинг объединяет смыслы, аналитику и работу с людьми. Отличное сочетание!

– КТО ИЗ ПЕДАГОГОВ ИЛИ СОТРУДНИКОВ БОЛЬШЕ ВСЕГО ЗАПОМНИЛСЯ?

– Кафедра маркетинга – яркая кафедра! Основатель и в то время заведующий кафедрой Багиев Георгий Леонидович собрал вокруг себя целое созвездие талантливых профессионалов. Конечно, выделялась Оксана Урняковна Юлдашева – ее задор, высокий профессионализм и открытость завоевывали сердца студентов. Запомнились лекции и семинары Алексева Андрея Алексеевича по маркетинговым исследованиям, многое пригодилось. Работая в многокультурной среде, часто вспоминаю про организационную культуру профессора Томилина. За рамками кафедры хотел бы отметить политику

Крамника Валерия Викторовича – его смелые взгляды, независимые суждения и строгие принципы привлекали к себе, лекции были актуальными и интересными.

– ПОДДЕРЖИВАЕТЕ СВЯЗЬ С УНИВЕРСИТЕТОМ / ОДНОГРУППНИКАМИ СЕГОДНЯ?

– Да, держим связь. Спасибо Оксане Юлдашевой, пригласила выступить на престижной конференции Европейской академии маркетинга, проходившей в университете в 2019 году. Также общаемся с одногруппниками французской программы СПбГЭУ и Париж-Дофин. Недавно провели веселую онлайн-встречу в Zoom. Из-за пандемии все быстро освоили новые инструменты: были ребята из Питера, Москвы, разных городов Франции.

– КАКУЮ ПОЗИЦИЮ ЗАНИМАЕТЕ В КИА МОТОРС? В ЧЕМ ЕЕ СПЕЦИФИКА?

– Я руковожу отделом стратегического планирования. Совместно с топ-менеджментом компании мы вырабатываем среднесрочные и долгосрочные цели, готовим годовые бизнес-планы и, конечно, вносим коррективы в случае изменения рыночной конъюнктуры. В автомобильной индустрии я с конца 2004 года, за это время мы успешно прошли через кризисы 2008-2009 и 2014-2015 годов. Сейчас новый вызов в виде



пандемии, остановки работы дилерских центров в апреле-мае, нестабильности в глобальной экономике. Но я верю, что общими усилиями мы справимся.

– ПРИГОДИЛИСЬ ЛИ ПОЛУЧЕННЫЕ В ВУЗЕ ЗНАНИЯ В РАБОТЕ?

– Конечно, да! Знания, полученные в университете – это мощный фундамент, за который продолжаю благодарить судьбу.

– ВЫСОКИ ЛИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОТРУДНИКАМ? КАК ИМ СООТВЕТСТВОВАТЬ?

– KIA Моторс – это особенная компания, с уникальной культурой. Одна из главных ценностей – это «Вызов». Мы каждый раз ставим, казалось бы, нереалистичные цели и добиваемся их. С 2008 года доля рынка выросла в 4 раза: с 3% до почти 13%. И вот уже седьмой год подряд компания является иностранным брендом номер один в России. Требования к сотрудникам очень простые – надо быть частью команды мечты. Команды, где каждый старается быть лучшим игроком, каждый на своем месте. Настоящая команда мечты – это острые ощущения и вызовы, не каждый к этому готов, и не каждый способен переносить это длительное время. Требуется постоянное развитие, крепкая психика и хорошее здоровье!

– УЧИТЕ ЛИ КОРЕЙСКИЙ ЯЗЫК? ВООБЩЕ, АКТИВНО ЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВУЕТЕ С КОРЕЙСКИМИ ПАРТНЕРАМИ И КОЛЛЕГАМИ?

– Уникальность корейских компаний и KIA Моторс, в частности, в том, что есть система корейских координаторов – это корейские коллеги, которые работают с вами здесь, в России. У каждого российского директора есть свой корейский коллега. Это позволяет лучше взаимодействовать со штаб-квартирой, четче расставлять приоритеты, обеспечивать преемственность в руководстве. Так что взаимодействуем много, но на английском языке. Корейский язык для меня – хобби, учу понемногу, ведь овладение иностранным языком – это ключ к пониманию культуры. А корейская культура – очень интересна!

– ДЕВИЗ KIA МОТОРС «ИСКУССТВО УДИВЛЯТЬ» ОЛИЦЕТВОРЯЕТ ПРИСУЩУЮ КОМПАНИИ ЭНЕРГИЧНОСТЬ, КРЕАТИВНОСТЬ, СМЕЛОСТЬ. ОТНОСИТСЯ ЛИ ЭТО И К СОТРУДНИКАМ?

– Что отличает сотрудников KIA Моторс? Во-первых, оптимизм. Не смотря на сложности и препятствия, продолжать двигаться вперед, искать лучшие решения, оттачивать техники. Во-вторых, гибкость: быстро и проактивно реагировать на изменения. В-третьих, амбициозность, творческий подход и динамизм. И все это уравновешивается терпением, столь необходимым в многокультурной среде.

– КАК МИРОВОЙ КРИЗИС И ПАНДЕМИЯ ОТРАЗИЛИСЬ НА РАБОТЕ КРУПНЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОРПОРАЦИЙ? KIA МОТОРС, В ЧАСТНОСТИ.

– Первое полугодие оказалось очень непростым. В марте – снижение курса рубля. Для компаний с импортной составляющей пришлось принять непростые решения в сфере ценообразования и поставок. Затем апрель и май – большая часть сбытовой сети (дилерских центров) была парализована, закрыта из-за карантина. В июне – постепенное открытие дилерских центров и быстрое восстановление спроса, реализация отложенного спроса. Мы все работали удаленно с конца марта, сформировали специальный оперативный штаб для быстрого реагирования на меняющуюся ситуацию. Приходилось работать до 9 – 10 вечера, все время в Skype или Zoom.

– ХОТЕЛОСЬ БЫ СПРОСИТЬ ПРО КОНКУРЕНЦИЮ С НЕМЕЦКИМИ МАРКАМИ АВТОМОБИЛЕЙ. НАСКОЛЬКО ОНА ВЫСОКА?

– Репутация немецких брендов исторически очень сильна в России, также, как и японских. Это не изменить за один день. К сожалению, не смотря на большой пройденный путь, восприятие бренда KIA в глазах россиян еще отстает от того реального уровня качества и технологий, которого достигла корейская марка за последние 10-15 лет. Поэтому мы продолжаем активно инвестировать в маркетинговые коммуникации. При этом положительный эффект на бренд оказывает наш большой парк из современных и стильных автомобилей – их сразу видно на улице. Довольные обладатели автомобилей KIA в общении с друзьями делятся положительным опытом владения. У нас высокий уровень лояльности и повторных покупок.

– ЧТО БЫ ВЫ ПОСОВЕТОВАЛИ СТУДЕНТАМ, КОТОРЫЕ ТОЖЕ ХОТЯТ ДОСТИЧЬ КАРЬЕРНЫХ УСПЕХОВ В ПОДОБНЫХ KIA МОТОРС КРУПНЫХ КОРПОРАЦИЯХ.

– Во-первых, ставить высокие цели, мечтать. Во-вторых, постоянно развиваться, учиться: после учебы в престижном вузе не останавливаться на достигнутом уровне знаний, а продолжать наращивать свой потенциал. В-третьих, ставить интересы компании выше своих интересов, интересов своей группы, находить время помогать коллегам. И, конечно, сейчас много хороших книг об успехе, читайте!

Подготовила Мария Шипилова

ПО КАРЬЕРНОЙ ЛЕСТНИЦЕ



НАШ УНИВЕРСИТЕТ СТРЕМИТСЯ НЕ ТОЛЬКО ДАТЬ СТУДЕНТАМ ЗНАНИЯ ПО ВЫБРАННОЙ СПЕЦИАЛЬНОСТИ, НО И ЗАИНТЕРЕСОВАН В ИХ БУДУЩЕМ КАРЬЕРНОМ УСПЕХЕ. ЧТОБЫ ПОМОЧЬ МОЛОДЫМ СПЕЦИАЛИСТАМ С ТРУДОУСТРОЙСТВОМ В ВУЗЕ, БЫЛИ СОЗДАНЫ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ.

Чем они конкретно помогают студентам в построении карьеры, мы спросили начальника Управления по работе с выпускниками и партнерами Ольгу Онуфриеву и начальника отдела карьеры и трудоустройства Александру Бобылеву.

– КАК ВОЗНИКЛА ИДЕЯ СОЗДАНИЯ КАРЬЕРНОГО ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ?

Александра: Сервис содействия трудоустройству выпускников и студентов работает в СПбГЭУ на протяжении 8 лет. Он не был создан «с нуля», а вообрал в себя опыт аналогичных подразделений, которые существовали в трех университетах, образовавших СПбГЭУ. Для большинства молодых специалистов вопрос успешного трудоустройства является самым приоритетным и вместе с тем очень сложным, так как отсутствие опыта снижает шансы на рынке труда. Университет не может оставить своих выпускников без поддержки, поэтому и было принято решение развивать отдел карьеры и трудоустройства, который на сегодняшний день является структурным подразделением Управления по работе с выпускниками и корпоративными партнерами.

Ольга: Подавляющее большинство наших выпускников, занимающих руководящие посты, обращаются в вуз для поиска сотрудников именно среди наших студентов. Они знакомы с качеством подготовки в универ-

ситете, что позволяет максимально эффективно и без лишних формальностей организовывать процесс трудоустройства.

– С ЧЕГО НАЧИНАТЬ КАРЬЕРУ СТУДЕНТУ? И КАК ВУЗ ПОМОГАЕТ В ЭТОМ?

Александра: Можно сказать, что подготовка к трудоустройству у студента начинается с момента поступления в университет. Конечно, на младших курсах сложно претендовать на «серьезные» вакансии. Учебный процесс должен стоять на первом месте! В этот период можно участвовать в профориентационных мероприятиях и встречах с работодателями, чтобы лучше узнавать запросы рынка труда и свои возможности, понимать, какие навыки нужно прокачать, чтобы найти работу, которая будет приносить удовлетворение. Мы всегда рады видеть студентов на наших карьерных мероприятиях и призываем их не стесняться активно общаться с работодателями, формируя свою сеть контактов. Очень важным аспектом в процессе будущего трудоустройства является практика. Университет активно содействует в поиске мест практики, но и студентам нужно понимать, что поиск практики – это «репетиция» поиска работы, а качественно пройденная практика – жирный плюс в резюме. Многие работодатели предлагают стажировки, которые проводятся либо летом, либо по гибким графикам в свободное от учебы

время. Это тоже хороший способ погрузиться в будущую профессию. Самый активный период поиска работы приходится на момент выпуска из вуза. Здесь мы готовы всесторонне помочь молодым специалистам: проконсультировать по способам и источникам поиска, отправить резюме нашим партнерам, дать обратную связь по проведенным собеседованиям, вместе разобрать ошибки и поработать над дальнейшей стратегией и тактикой.

Ольга: Все наши карьерные мероприятия, начиная от онлайн встреч и заканчивая ярмарками вакансий и неделями карьеры, организуются при поддержке партнеров и друзей университета. Для большинства из них качество образования и преемственность поколений в корпоративной культуре являются важными факторами. Поэтому поиск стажеров и будущих сотрудников из числа наших выпускников является эффективным способом поддержания конкурентоспособности компаний. Мы, в свою очередь, уверены в качестве подготовки будущих специалистов: ни для кого не секрет, что проходной балл в СПбГЭУ высокий, поэтому к нам изначально поступают самые способные. По статистике, порядка 70% обучающихся приезжают из разных городов страны – они амбициозны, самостоятельны, активны, нацелены на результат, всегда готовы идти вперед и развиваться. Такие качества в купе с достойным образованием

помогают достигать больших карьерных высот.

– ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ ОБРАТНЫЙ ОТКЛИК ОТ РАБОТОДАТЕЛЕЙ? КАК ОНИ ОТЗЫВАЮТСЯ О НАШИХ ВЫПУСКНИКАХ И СТУДЕНТАХ?

Александра: Работодатели в целом высоко оценивают уровень теоретической и практической подготовки наших выпускников. По результатам опроса, проведенного по заданию Минобрнауки России, к числу самых сильных сторон выпускников СПбГЭУ наши партнеры относят: желание работать, стремление к саморазвитию и самоорганизации, готовность к быстрому реагированию в нестандартной ситуации.

– СОТРУДНИЧАЕТ ЛИ СПБГЭУ С ФЕДЕРАЛЬНЫМИ ПРОГРАММАМИ (ПРОЕКТАМИ) ПО ТРУДОУСТРОЙСТВУ?

Александра: СПбГЭУ принимает участие во всех самых крупных проектах, связанных с повышением конкурентоспособности выпускников. Это Профстажировки 2.0, CASE-IN, Время карьеры, Программа содействия занятости обучающихся и другие. Конкурсы на эти программы открытые и прозрачные. Работодатели очень положительно относятся к участию студентов в различных активностях, поэтому мы советуем внимательно следить за анонсами на информационных ресурсах СПбГЭУ и выбирать те программы и проекты, которые помогут совершенствоваться профессионально.

– СКОЛЬКО ВЫПУСКНИКОВ ОБРАЩАЮТСЯ К ВАМ ЗА ПОМОЩЬЮ?

Александра: Традиционно в конце учебного года нашим отделом проводится опрос выпускников с целью оценить состояние трудоустройства, выяснить их намерения после окончания университета, определить проблемные точки поиска работы. В 2020 году более 70% опрошенных выразили заинтересованность в дальнейшем взаимодействии с университетом, в том числе в части информирования по вакансиям от партнеров. А в начале лета нами был проведен опрос выпускников 2017-2019 годов, и он показал такой же высокий процент заинтересованности во взаимодействии с вузом – 73,3%. Что для нас особенно важно, добавился еще один пункт возможного сотрудничества – набор студентов и выпускников на работу в свою компанию.

Ольга: Помимо карьерных возможностей, выпускникам интересно

обучение по программам дополнительного профессионального образования, участие в вебинарах и гостевых лекциях Ассоциации выпускников СПбГЭУ, в том числе в качестве спикеров, а также приглашения на мероприятия университета. Так, Ассоциация выступает организатором одного из самых масштабных мероприятий вуза – Форума выпускников, на который ежегодно собирается более полутора тысяч человек. Это событие объединяет выпускников разных лет, студентов и друзей вуза для общения, обмена опытом и налаживания деловых контактов. В форуме принимают участие и наши выдающиеся выпускники – Алексей Миллер (глава ПАО «Газпром»), Олег Белозеров (глава ОАО «РЖД»), Александр Либеров (президент Siemens в России), Тигран Саркисян (экс-председатель Коллегии Евразийской экономической комиссии) и многие другие успешные руководители, которые всегда рады видеть наших студентов в своих компаниях.

– КАК ЧАСТО НАШИ ВЫПУСКНИКИ СТАНОВЯТСЯ РАБОТОДАТЕЛЯМИ? И В ЦЕЛОМ, НАСКОЛЬКО ОНИ ВОВЛЕЧЕНЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВУЗА?

Александра: Очень приятно, когда выпускники возвращаются к нам в качестве работодателей. Если говорить о трудоустройстве, то в общем объеме размещаемых в нашей группе вакансий, доля вакансий от выпускников доходит до 25%.

Ольга: Выпускники принимают участие не только в размещении вакансий. Ассоциацией выпускников СПбГЭУ разработан и реализуется онлайн-проект «Курс на взлет» – серия вебинаров от выпускников-экспертов. Его цель – организовать диалог между студентами и выпускниками разных лет, создать сеть взаимодействия, которая помимо иных задач, включает в себя объединение интеллектуальных ресурсов, позволяющее не останавливать свое профессиональное развитие. К проекту уже присоединились выпускники, работающие в сфере консалтинга, строительства, рекрутинга и развития бизнеса. География проекта включает в себя как Россию (преимущественно Петербург и Москва), так и Европу, США, Австралию. Все записи вебинаров сохраняются на YouTube канале Alumni Unescon для того, чтобы желающие могли посмотреть их в любое удобное время, оставить обратную связь и связаться со спикерами.

ИЗ ОПРОСА РАБОТОДАТЕЛЕЙ

»» ОБ ОБРАЗОВАНИИ

ЕВГЕНИЯ КОМПАНЕВИЧ, ОТДЕЛ ПОДБОРА И АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПАО «КИРОВСКИЙ ЗАВОД»

«При найме кандидатов без опыта работы обязательно учитывается полученное образование – где обучался кандидат, какой уровень образования и специальность получил, был ли выбор профессии осознанным или случайным (учитывалась ли профориентация).

На собеседовании мы часто спрашиваем средний балл по диплому, чтобы оценить уровень ответственности кандидата. Также важны личностные характеристики и мотивация – насколько кандидату интересна профессия, на которую он планирует трудоустроиться, способен ли он обучаться и выполнять задачи, которые будет ставить перед ним руководитель, хочет ли развиваться дальше в рамках профессии и т.п.»

»» О КАРЬЕРЕ

ВЕРА БОГОМОЛОВА, КОРПОРАТИВНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПАО «КИРОВСКИЙ ЗАВОД»

«Для быстрого карьерного развития, в первую очередь, необходимо иметь хорошую профессиональную подготовку и постараться получить как можно больше опыта. Студенты могут получить такой опыт, например, проходя практику и решая реальные кейсы от компаний.

Для карьерного роста чрезвычайно важны soft skills или «мягкие навыки». И чем выше должность, тем выше должен быть уровень владения этими навыками. Наиболее значимыми считаются: коммуникативные навыки, умение работать в команде и принимать ответственность за общий результат, строить долгосрочные перспективные отношения с коллегами и партнерами, уметь ставить перед собой цели и достигать их. Мягкие навыки можно развивать, участвуя в тренингах и мастер-классах, наблюдая за коллегами и знакомыми, у которых эти навыки хорошо развиты, а также с помощью самонаблюдения и самоанализа».



О ТРУДОСТРОЙСТВЕ

СПЕЦИАЛИСТЫ ДИРЕКЦИИ ПО РАБОТЕ С ПЕРСОНАЛОМ ГУП «ВОДОКАНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА»

«Первым и самым важным объектом вашего внимания на собеседовании должны быть вы сами. Ваш профессиональный уровень является фундаментом в карьерном продвижении. Важны личностные качества, трудолюбие и желание стать профессионалом своего дела. Молодым людям, нацеленным на построение карьеры, необходимо быть активными, проявлять инициативу и стремиться к постоянному развитию».

АЛЕКСЕЙ ЛИТВИНОВ, CEO PROACTION (РЕЗИДЕНТ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРА ИНГРИЯ)

«При подготовке к собеседованию плюсом будет изучить информацию о компании и, например, отвечая на вопрос про свои сильные стороны, отметить, как они будут полезны именно для специфики компании. На собеседовании точно нельзя показывать незаинтересованность в вакансии, и что вы рассматриваете эту работу как временный вариант».

О МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТАХ

СПЕЦИАЛИСТЫ ДИРЕКЦИИ ПО РАБОТЕ С ПЕРСОНАЛОМ ГУП «ВОДОКАНАЛ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА»

«Готовить собственные кадры всегда выгоднее. Таких специалистов не надо переучивать. Приходя на предприятие, они имеют устойчивую теоретическую базу, а практические навыки приобретаются в процессе работы. Мотивация у молодых сотрудников, как правило, достаточно высокая. Они готовы узнавать новое, проявляют активность и демонстрируют свои

лучшие качества, у них горят глаза, есть желание проявить себя, показать приобретенные в учебном заведении знания. Молодые сотрудники обладают самыми современными знаниями в научных областях, владеют новейшими технологиями и методами работы. Они способны создавать основу для инноваций, знаменующих очередной этап развития организации».

АЛЕКСЕЙ ЛИТВИНОВ, CEO PROACTION (РЕЗИДЕНТ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРА ИНГРИЯ)

«Чтобы быстро расти, нужно научиться брать на себя ответственность. Пообещали выполнить работу к определенному сроку – сделали. Взяли проект под контроль – довели до конца. Тогда вам будут доверять все более сложные задачи, и за этим пойдет горизонтальный, а потом и вертикальный рост».

ОБ ОПЫТЕ

ТАТЬЯНА РЗАЕВА, HR-МЕНЕДЖЕР КРМГ

«Опыт – это, прежде всего, умение применять полученные знания на практике. Если у кандидата нет опыта или его не так много, то акцент смещается на качество тех самых знаний, которые на практике еще не были применены. Бесспорно, основное внимание направлено на мотивацию, которая не заканчивается на фразе «эта вакансия мне очень интересна, и я мечтаю работать в вашей компании». Мотивация несет в себе побуждение к действию: человек, который хочет пробежать марафон, готовится к нему дни, недели, а может, и месяцы. В противном случае, даже половина марафона вряд ли ему покорится. Мотивированный кандидат – подго-

товленный кандидат. Также не стоит забывать, что опыт – это не только список компаний и должностей, это и то, чему научился кандидат, с какими знаниями и стремлениями он приходит на новое место работы. Поэтому опыт всегда есть у всех».

ПОЖЕЛАНИЯ СТУДЕНТАМ

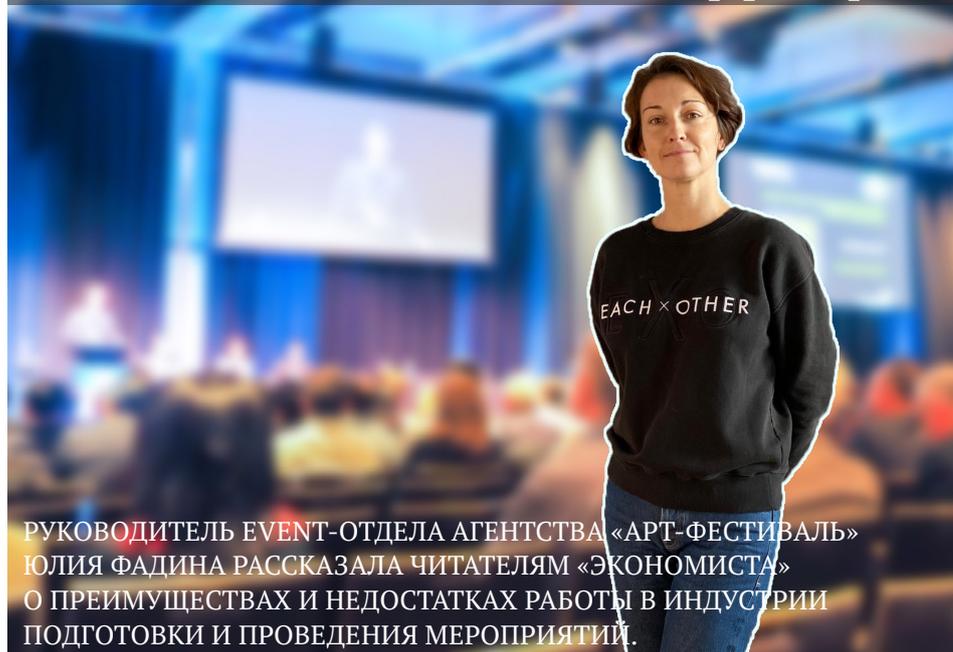
ТАТЬЯНА РЗАЕВА, HR-МЕНЕДЖЕР КРМГ

«Побороть свои страхи и опасения и стимулировать в себе желание все-сторонне развиваться! Стремиться узнавать новое, преодолевать себя и радоваться победам. Не бояться неудач: умение подняться после неудачи принесет намного больше, чем случайная победа. Не стоит бояться и так называемых «не своих» задач, потому что только через них можно узнать большее. Помните, что любую рутину можно «оптимизировать», найти в ней идеи для развития. Не бойтесь брать на себя новые задачи, и у вас все получится».

ВЕРА БОГОМОЛОВА, КОРПОРАТИВНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПАО «КИРОВСКИЙ ЗАВОД»

«Важно помнить, что человек учится быстрее и эффективнее через собственный опыт, поэтому нужно не бояться пробовать, запрашивать обратную связь и анализировать свои ошибки. Не стоит обижаться на критику, вместо этого нужно понять причины и подумать: «что мне нужно сделать по-другому, чтобы в следующий раз получилось лучше». Также для карьерного роста необходимо проявлять активность и инициативность, вносить рационализаторские предложения, стремиться улучшить бизнес-процессы в компании».

ОБ ОРГАНИЗАЦИИ ИВЕНТОВ В ПЕТЕРБУРГЕ И ИХ БУДУЩЕМ



РУКОВОДИТЕЛЬ EVENT-ОТДЕЛА АГЕНТСТВА «АРТ-ФЕСТИВАЛЬ»
ЮЛИЯ ФАДИНА РАССКАЗАЛА ЧИТАТЕЛЯМ «ЭКОНОМИСТА»
О ПРЕИМУЩЕСТВАХ И НЕДОСТАТКАХ РАБОТЫ В ИНДУСТРИИ
ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ.

– КАК ОПЫТНЫЙ ИВЕНТ-МЕНЕДЖЕР РАССКАЖИТЕ, В ЧЕМ СОСТОИТ ВАША ОСНОВНАЯ РАБОТА?

– Основная задача, которая решается силами нашего event-отдела, это организация и проведение мероприятий – менеджмент, в некотором роде творчество и, безусловно, финансы. От слаженной работы отдела зависит насколько четко пройдет событие. Несмотря на то, что продукт, который мы производим, живет в среднем от нескольких часов до 1-3 дней (если это конференция, фестиваль, форум), подготовка к нему начинается за несколько месяцев, а то и лет. Например, сейчас ведется работа по мероприятию, которое запланировано к проведению на осень 2022 года. Концепции, сценарий и основные артисты уже поданы на согласование.

– КАКИМ БЫЛ ВАШ ПЕРВЫЙ EVENT-ПРОЕКТ?

– Поскольку со сферой event я сталкивалась и до прихода в «Арт-Фестиваль» и чаще была даже со стороны заказчика, а не исполнителя, то однозначно ответить не могу. Но, как сотрудник агентства, могу сказать: первой моей работой была организация after-party частного мероприятия и съемка ролика для юбиляра.

– КАК ВЫ ПОПАЛИ В ИНДУСТРИЮ ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТА? ОТКУДА ТАКОЕ ЖЕЛАНИЕ ЭТИМ ЗАНИМАТЬСЯ?

– Моя профессиональная деятельность была связана с различного рода рекла-

мой, менеджментом, маркетингом и ивентами как частью маркетинга. Желание заниматься ивентами родилось из любопытства увидеть эту сферу изнутри, хотя иллюзий насчет легкости профессии ивент-менеджера не было. Анекдот про «езду на горящем велосипеде» придумали не зря. Но если такой ритм жизни подходит, то человек может состояться в профессии.

– ЧТО ПРОИЗОШЛО С ИНДУСТРИЕЙ ИВЕНТОВ С НАСТУПЛЕНИЕМ ПАНДЕМИИ?

– Безусловно, мы ощутили на себе ограничения на все 100%. По сей день в Санкт-Петербурге деятельность по организации массовых мероприятий восстановлена не полностью. Не состоялось, наверное, около 95-99% запланированных на весну-лето событий. Разумеется, немалая часть из них перенесена на более поздний срок, а не просто отменена. Сейчас готовим осенний молодежный форум. Согласовали сценарий презентационного ролика Санкт-Петербурга и готовимся к съемкам. Провели несколько вебинаров, хотя мы все же больше любим живое общение.

– НАСКОЛЬКО ДАННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНО КАК СПОСОБ ПОСТОЯННОГО ЗАРАБОТКА?

– Верю в то, что скоро нас настигнет волна отложенного спроса и те, кто не бросил любимое дело, смогут погрузиться в работу с новыми силами и

накопленной энергией. Что касается заработка, не думаю, что кому-то в бизнесе сейчас сладко.

– ПОГОВОРИМ О КОНКУРЕНЦИИ. НАСКОЛЬКО ОНА СИЛЬНА В EVENT-ИНДУСТРИИ?

– Как в любой сфере конкуренция присутствует, она большая. Но здесь нам на руку наш более, чем 20-летний опыт, наличие парка оборудования и слаженной команды, разделение структуры работы на техническую и организационную и, конечно, профессиональная злость. Мы вступаем в борьбу за интересные заказы и заказчиков. Тендеры – готовность играть и проигрывать, тоже часть нашей работы и жизни.

– ЧТО САМОЕ СЛОЖНОЕ И САМОЕ ПРИЯТНОЕ В ВАШЕЙ РАБОТЕ?

– Время, когда мы провожаем последнего гостя. Когда еще свежи воспоминания о мероприятии, но уже закончилась вся нервная часть – волнение заказчика, капризы артистов, и не наступило время демонтажа.

– КАКИЕ НАВЫКИ ЦЕНЯТСЯ В ИНДУСТРИИ ИВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТА?

– Готовность учиться, браться за неизвестное, найти, как растаможить жирафа или организовать бургер из Макдональдса артисту в чистом поле, а вовсе не то, что написано в его райдере.

– НАШЕМУ ВУЗУ В ЭТОМ ГОДУ 90 ЛЕТ. КАКИЕ ПОЖЕЛАНИЯ ВЫ МОГЛИ БЫ СКАЗАТЬ НАШИМ СТУДЕНТАМ И УНИВЕРСИТЕТУ В ЦЕЛОМ?

– Студентам – не терять время и не думать, что учеба – это некая абстрактная категория, не привязанная к жизни и профессии. Возможность уже в 18-19 лет показать свою силу, гибкость и готовность делать не самую интересную работу и принимать решения – это то, что оценят работодатели, не требуя полноценного знания конкретной профессии, то, что поможет в 22-23 года быть на голову выше своих сокурсников. Университету – уверенно и молодой походкой двигаться в следующее юбилейное десятилетие. Сохранять дух свободы и стараться успевать за стремительно меняющимся миром вокруг, не теряя главное – своей сущности, оставаться домом, в который приходят вчерашние дети, выпорхнув из родных стен, но еще не бросив собственный якорь.

Валерия Козелькова

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ. ЗАЧЕМ ОН НАМ?



ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ – ОДНО ИЗ НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫХ ПОНЯТИЙ ПОСЛЕДНЕГО ДЕСЯТИЛЕТИЯ. ЧТО ЭТО ТАКОЕ? ДЛЯ ЧЕГО НУЖНО? КАК РАЗВИТЬ? В НЕПРОСТЫХ ВОПРОСАХ ПОМОГЛИ РАЗОБРАТЬСЯ СОТРУДНИКИ КАФЕДРЫ СОЦИОЛОГИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ЮРИЙ ЛЬВИН И ЯНА ГОРНАК.

– ЧТО ТАКОЕ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ?

– Мы все испытываем эмоции, даже если не осознаем этого. Известный французский психоаналитик Рене Руссийон сказал: «Можно никогда не чувствовать то, что мы чувствуем». Эмоции сознательные или бессознательные влияют на наши мысли, чувства, поведение и принимаемые решения. Эмоции – это неконтролируемая, часто заблаговременная, субъективная реакция на внешние или внутренние стимулы, ситуации и любые явления окружающей действительности. Причем реакция настолько кратковременная, что мы не всегда способны определить момент ее возникновения. Обычно мы замечаем уже «реакцию на реакцию», т.е. вызванное эмоцией чувство, переживание, состояние или настроение, захватившее нас.

Эмоциональный интеллект личности удостоился пристального внимания психологов и бизнес-тренеров в конце XX – начале XXI века, а термин «эмоциональный интеллект» ввели Джон Майер из Нью-Гемпширского университета и Питер Саловей из Йельского университета, опубликовав в 1990 году совместную статью под названием «Эмоциональный интеллект». В нашей стране знакомство с этим понятием произошло благодаря журналисту Дэниэлу Гоулману, который в 1995 году опубликовал книгу «Emotional Intelligence».

– КАК РАБОТАЕТ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ?

– Человек с развитым эмоциональным интеллектом способен скрывать (как минимум, не выпячивать) свои истинные эмоции (например, нетерпение или раздраженность), а также демонстрировать то, что он на самом деле не ощущает (улыбаться из вежливости тому, кого не очень любит). Кроме того, личность с высоким эмоциональным интеллектом отлично распознает чужие эмоции и чувства, умеет с ними работать (например, нивелирует злость или настраивает на доверие), использует их, чтобы убедить кого-либо в чем-то или доказать свою точку зрения.

– ЧЕМ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ СОЦИАЛЬНОГО?

– В отличие от IQ, который фактически отражает особенности «сухого» мышления, эмоциональный интеллект или EQ (Emotional Quotient) обращен к тому, что, собственно, делает человека человеком – к его эмоциям. Изначально этот термин включал все умения, навыки и особенности личности, так или иначе касающиеся эмоций и чувств. Основы высокого EQ – умение хорошо разбираться в своих собственных эмоциях, умение распознавать эмоции других людей (на сознательном и подсознательном уровне), а самое главное – умение использовать эмоции (свои и чу-

жие) для достижения определенных целей.

В понятие социального интеллекта личности (Social Quotient, SQ) включается умение коммуницировать, устанавливать и поддерживать контакты, находить общий язык с различными людьми и т.д. Сюда же входит умение определять намерения других людей, в определенной степени предсказывать их поведение. Социальный интеллект позволяет людям взаимодействовать, жить и работать вместе в рамках социальных групп, организаций, общества. При этом предполагается, что личности с высоким социальным интеллектом успешнее в бизнесе (по крайней мере, в некоторых его сферах) и в личной жизни. Как правило, успешные и гармоничные личности отличаются высоким уровнем и социального, и эмоционального интеллектов.

– КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ СВЯЗАНЫ С ЭМОЦИОНАЛЬНЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ?

– Эмоциональный интеллект (ЭИ) нашел широкое применение в различных областях бизнеса. С развитием сферы услуг сотрудникам требуется все больше навыков и способностей по распознаванию эмоций (как своих, так и клиента) и управлению ими. Современные компании осознают важность взаимоотношений не только с внешним клиентом – прямым потребителем товаров и услуг – но и с клиентом «внутренним», то есть, с сотрудником компании. Для того, чтобы внедрить эмоциональный интеллект в повседневную жизнь компании, используются различные методы. Так, например, в ряде случаев сотрудники до начала

работы и в конце дня отвечают на вопросы простого теста о настроении, уточняя, как изменилось их эмоциональное состояние. Подобные данные помогают компании сформулировать проактивную позицию по управлению ЭИ сотрудников, анализируя возможные причины изменений и предлагая способы по предотвращению негативных ситуаций и конфликтов.

На ЭИ базируется и новый европейский HR-тренд: Candidate Relationship Management, то есть система взаимоотношений с кандидатом (сотрудником). Компании, которые ее используют, применяют различные методы привлечения новых сотрудников, анализируя их социальное поведение через публикации в открытых сообществах, эмоциональные реакции на события, отклик и обратную связь в ответ на предложения компании. Многие действуют «на опережение» и стремятся управлять эмоциями коллектива, не дожидаясь кризисных ситуаций. Корпоративные традиции, корпоративный спорт, конкурсы и праздники – все это помогает не только формировать корпоративную культуру организации, но и создавать позитивный эмоциональный фон, удовлетворяя психологические потребности сотрудников. Например, международная компания L'Oréal предоставляет сотрудникам дополнительные выходные для занятий благотворительной и волонтерской деятельностью; российская сеть фитнес-клубов Fitness House проводит «Дни здоровой карьеры», приобщая новых и потенциальных работников к здоровому образу жизни; ресторанная группа «Евразия» проводит внутренние конкурсы профессионального мастерства среди представителей всех профессий, представленных в компании.

– МОЖЕТ ЛИ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ПОВЛИЯТЬ НА РАЗВИТИЕ КАРЬЕРЫ?

– Поскольку самыми главными потребителями возможностей ЭИ являются маркетологи, одной из их задач стала возможность сокращения издержек путем автоматизации систем продаж, основанных на ЭИ. Таким образом, ЭИ, как явление, дал мощный импульс разработчикам технических инновационных решений. Так, компания Clover leaf разработала электронные ценники Shelf Point, распознающие эмоции покупателей, изучающих данные товары. Новинку уже внедрили такие компании, как Procter & Gamble, Walmart и другие.

Банки, стремящиеся перейти на автоматизированное обслуживание клиентов, вынуждены находить верный баланс между сокращением издержек за счет роботизации и удержанием клиентов, которые остаются живыми людьми и испытывают потребность в живой обратной связи. Сервисы, основанные на ЭИ, один за другим запускают Альфа-банк, Росбанк и Сбербанк, а последний также пользуется разработками и исследованиями «Центра речевых технологий», ведь для определения эмоций клиента, звонящего в колл-центр банка, важно умение распознавать эмоциональную окраску его речи.

– МОЖНО ЛИ РАЗВИТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ? КАК ЭТО СДЕЛАТЬ?

– Мы можем развивать осознанную способность распознавать, анализировать и управлять своими и чужими эмоциями, использовать их для решения конкретных задач, делая свою профессиональную и личную жизнь ярче, счастливее и успешнее. Но для этого нужны систематические и достаточно длительные тренировки. Для обучения сотрудников навыкам ЭИ многие компании используют ряд эффективных приемов. Например, правило LAST в ресторанном и гостиничном бизнесе. LAST – это аббревиатура, состоящая из заглавных букв четырех слов – Listen (Выслушай), Apologize (Извинись), Solve (Реши проблему), Thank (Поблагодари). Это определенный алгоритм действий, соблюдая который сотрудник ресторана или отеля легко разрешает конфликтную ситуацию. Если мы рассмотрим LAST через призму эмоционального интеллекта, то определим, что компоненты «L» и «T» относятся к распознаванию эмоций, поскольку в процессе восприятия информации от клиента и его реакции на благодарность в завершении общения, сотрудник может диагностировать его эмоциональное состояние. Обратим внимание, что одно из этих действий (Listen) происходит в начале общения, а второе (Thank) – в конце, что дает возможность увидеть разницу в эмоциональном поведении клиента и таким образом оценить проделанную работу. Два других компонента «Apologize» и «Solve» помогают управлять эмоциями клиента, меняя их негативную окраску в процессе решения вопроса. Так, если гость ресторана недоволен длительным ожиданием или качеством блюда, менеджер ресторана дает гостю возможность выразить негативные эмоции, выслушивая его

монолог, дает обратную связь в виде извинения, предпринимает конкретные действия для исправления ситуации и благодарит за критику, как помощь в работе, тем самым, сообщая гостю о значимости и ценности его мнения.

– МОЖНО ЛИ НАУЧИТЬСЯ УПРАВЛЯТЬ ЧУВСТВАМИ И СОХРАНЯТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ БАЛАНС В ЛЮБОЙ СИТУАЦИИ?

– В нашей культуре в силу разных причин не принято уделять внимание эмоциям. Так были воспитаны наши родители и родители их родителей. Они просто не задумывались об эмоциональном развитии детей. Об интеллекте и физическом развитии по мере сил заботились, эмоции же рассматривались как что-то плохо контролируемое, требующее подавления в зародыше. Между тем, именно в детстве закладывается фундамент успешного эмоционального развития. Детям необходимо учиться понимать и открыто проявлять эмоции – плакать, смеяться, изумляться, злиться и переживать. Так ребенок учиться познавать свое собственное чувственное «я», различать свои и чужие переживания, устанавливать и защищать свои границы – это помогает ему лучше понимать себя.

Но и во «взрослом мире» дела обстоят не лучше. Проявление эмоций в бизнесе до сих пор считается верхом непрофессионализма. «Руководствуйся здравым смыслом», «Голова должна быть холодной», «Бизнес дело серьезное, здесь не место переживаниям» – эти и другие высказывания часто можно услышать от руководителей.

Но только ли разум и интеллект определяют успех? Плохое знание своих эмоций и, как следствие, реакций на них – делает нас легкой добычей для разного рода манипуляторов, лежит в основе любого неэффективного взаимодействия, влияет на нашу трудоспособность, здоровье и удовлетворение жизнью в целом. Изменяющиеся условия работы, ее интенсивность и напряженность практически во всех сферах деятельности предъявляют новые требования к профессиональным компетенциям сотрудников. Одной из важнейших становится эмоциональная компетенция работника, позволяющая ему использовать знания о своих эмоциях и эмоциях окружающих не только для управления ими, но выстраивания социального взаимодействия для достижения обозначенных целей.

ДОНОРЫ СПБГЭУ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ УПРАВЛЕНИЯ ПО ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ И ВНЕУЧЕБНОЙ РАБОТЕ СО СТУДЕНТАМИ В НАШЕМ УНИВЕРСИТЕТЕ СОСТОЯЛОСЬ ТРАДИЦИОННОЕ ЕЖЕГОДНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ – ДЕНЬ ДОНОРА. МЫ ПОГОВОРИЛИ СО СТУДЕНТАМИ-ДОНОРАМИ О ТОМ, ПОЧЕМУ ОНИ РЕШИЛИ СДАВАТЬ КРОВЬ.

СЕРГЕЙ КАРАГЕЗ

**ФАКУЛЬТЕТ ИНФОРМАТИКИ
И ПРИКЛАДНОЙ МАТЕМАТИКИ, 2 КУРС**

«Сдаю кровь второй раз. В прошлом году сдавал здесь же, в университете. Пришел, прежде всего, чтобы помочь людям, которым это реально нужно. Аварии и другие чрезвычайные происшествия происходят практически постоянно. И у врачей, зачастую, просто не хватает крови, чтобы помочь пострадавшим. Поэтому ребята, которые сдают донорскую кровь, фактически спасают чью-то жизнь. Думал, что такой возможности в этом году не будет в связи с пандемией. Но увидел объявление о том, что можно сдать донорскую кровь, и решил пойти».

ДИНАРА ГУМБАТОВА

ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ, 1 КУРС

«Пришла сдавать кровь первый раз. Увидела запись о том, что будет проходить донорский день в группе нашего факультета. И сразу же, как и многие одноклассники, решила принять участие в этой акции. В интернете на сайтах благотворительных фондов часто вижу объявления о том, что маленьким детям срочно требуется переливание крови. Посчитала своим долгом внести свой вклад в это благое дело».

СТЕПАН ТРАПЕЗНИКОВ

**ФАКУЛЬТЕТ БИЗНЕСА, ТАМОЖЕННОГО
ДЕЛА И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
БЕЗОПАСНОСТИ, 3 КУРС**

«О возможности стать донором узнал из нашей группы ВКонтакте. Считаю донорство крови важным, поскольку тем самым могу помочь людям, испытывающим потребность в переливании. В отличие от первого раза, когда были страхи, что процедура

сдачи окажется долгой и болезненной, в этот раз подобного не ощущал. Все было хорошо организовано: я заполнил анкету, мне измерили давление, взяли кровь из пальца на анализ и сказали мою группу крови. Затем доноров отправили на завтрак. После, собственно, была сдача крови. Затем еще раз покормили. Приятным дополнением стало получение денежной компенсации».

АНАСТАСИЯ ТИХОМИРОВА

ИНСТИТУТ МАГИСТРАТУРЫ, 1 КУРС

«Сдаю кровь уже в четвертый раз, начиная с первого курса бакалавриата. Причины – прежде всего, желание помогать людям. Пока не могу делать это материально, зато в состоянии сдать кровь. У меня она первой положительной группы, поэтому имеет огромное преимущество: я могу помочь каждому нуждающемуся в переливании. Страх сдачи не испытывала никогда. У меня бабушка была донором много раз, поэтому я, можно сказать, пошла по ее стопам. На пункте работают настоящие профессионалы, которые в случае необходимости всегда успокоят, поддержат. Мне попалась очень хорошая врач. Она развеселила, расслабила меня, и все прошло спокойно. Единственное, что я бы предложила поменять – это перевести заполнение бумаг полностью на электронную базу, что еще больше ускорило бы процедуру сдачи».

КИРИЛЛ ОРЛОВ

**ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ
И ФИНАНСОВ, 4 КУРС**

«Многие мои друзья сдают кровь регулярно, но у меня, к сожалению, не получалось из-за нехватки времени. В этом смысле пандемия, как ни странно, позитивно повлияла на ситуацию: в этом году я пришел на сдачу. Пришел потому, что знаю, как много людей в России ежедневно испытывают потребность в донорской крови. Процедура проходила очень спокойно, никакого дискомфорта не было. Планирую и в будущем году поучаствовать в этой акции».

ДАНИИЛ НЕСИН

**ГУМАНИТАРНЫЙ
ФАКУЛЬТЕТ, 3 КУРС**

«Пришел сдавать кровь с друзьями за компанию. Внутренне ощущаю сопричастность к хорошему делу. Надо сказать, что процедура несколько видоизменилась по сравнению с прошлым годом. Из-за коронавируса ввели дополнительные меры безопасности: все были в масках, нас рассаживали на расстоянии друг от друга в шахматном порядке. Но это не повлияло на количество сдающих. На пункте было много моих сокурсников, поэтому ощущалась поддержка».

Александр Бондаренко

