

ских интересов участников логистического процесса, интеграции материальных, информационных, финансовых и сервисных потоков, что в свою очередь предопределяет географическую и экономическую целесообразность создания и распределения ТЛЦ внутри страны и за рубежом. Вместе с тем указывается на необходимость не количественного, а качественного решения задачи: требуются ТЛЦ с полным циклом современных логистических услуг, что позволит экспортерам и импортерам при передаче логистики на аутсорсинг минимизировать транспортно-логистические затраты в конечной цене товара, увеличить доходы страны от транзита и повысить транзитную привлекательность ее территории (М. М. Ковалёв, 2017).

Учитывая проблемы развития логистики в республике, представляется целесообразным использовать аутсорсинг провайдерских услуг в решении задач управления взаимоотношениями с поставщиками (Supplier Relationship Management), по проектированию и планированию логистических цепей (Supply Chain Management), по разработке маршрутизации и отслеживания перемещения грузопотоков посредством привлечения операторов уровня 4PL (Fourth Party Logistics), функции которых охватывают планирование, управление и контроль над логистическими процессами компании-заказчика.

А. Л. Подгайский

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ КРИЗИСА ГОСУДАРСТВЕННО-НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Основной вектор социально-экономического развития современного общества задают процессы глобализации. Этот феномен сочетает в себе множество разноплановых и противоречивых тенденций, имеющих серьезные последствия для человека и общества. Одной из проблем, порождаемых глобализацией, является определенное снижение роли государства и размывание государственно-национальной идентичности хозяйствующих субъектов. Человек утрачивает некогда жизненно-необходимую связь с государством и его покровительством, особое отношение к национальному экономическому достоянию, приоритет в коммуникациях и хозяйственных контактах с представителями своего сообщества.

Понимание природы и исторических рамок этого процесса требует выяснения экономических предпосылок, вызывающих столь глубокие изменения в положении базовых институтов общества.

Прежде всего, следует отметить глубокие изменения в сфере производства. Формирование глобальных производственных цепочек, контролируемых ТНК, и увеличение их доли в мировом производстве принципиально меняют характер конкуренции, вследствие чего предприятия утрачивают национальные «черты». Они, все в большей мере, не столько конкурируют с отечественным и зарубежным производителям аналогичной продукции, сколько борются за возможность интегрироваться в транснациональную

бизнес-структуру и занять достойное место в глобальной цепочке создания ценности. Предприятия могут и потерять это место посредством действия механизмов глобальной реструктуризации и оптимизации затрат.

Принципиально меняется отношение к материальным, информационным и трудовым ресурсам. Все они, все в большей мере, приобретаются на глобальных рынках. В частности, обеспечение предприятий рабочей силой утрачивает прежнюю государственно-национальную определенность и жесткость государственного регулирования. С одной стороны, пространственная мобильность производств, утративших технико-технологическую укорененность и «привязку» к определенной местности, позволяет получить доступ к контингентам рабочей силы иных стран и быстро менять их в случае необходимости. С другой стороны, нарастающая пространственная мобильность рабочей силы и возможности телеработы позволяют предприятиям решать проблему обеспечения трудовыми ресурсами, не меняя местоположения. Это способствует размыванию государственно-национальной идентичности не только бизнеса, но носителей рабочей силы. Порождается тенденция к замещению государственно-национальной идентичности корпоративной идентичностью. Причем свое материальное положение, социальную защищенность и перспективы развития человек связывает с приверженностью не к конкретному производству, расположенному на территории определенного государства, а к транснациональной корпорации.

Результатом такого производства является изменение природы продукта, который утрачивает «национальные» черты, становится интернациональным по своей природе и содержанию. Продукт как результат глобальной производственной кооперации оказывает существенное влияние на человека как потребителя. Это касается не только физических свойств продукта, но его культурной составляющей. Если первый аспект, например, в продуктах питания, означает утрату связи человека с природными условиями своего существования (почвой, водой, особым набором микроэлементов), то второй – духовно-культурной трансформации личности. Если в прошлом это проявлялось в заимствовании культуры и образа жизни иных государственно-национальных образований, то в настоящее время речь идет о приобщении к некоторой суррогатной мультинациональной культуре.

Важной предпосылкой размывания государственно-национальной идентичности являются глубокие изменения в отношениях потребления. Процесс глобализации трансформируют национальные структуру и характер потребления, и эта трансформация затрагивает множество аспектов. Гедонизм и погоня за удовольствиями становится доминирующей философией жизни, что сочетается с индивидуализацией потребления, предельным разнообразием и быстрой сменой потребляемых благ. Человек вовлекается в гонку потребления при быстрой и непрерывной смене впечатлений в их мультикультурной пестроте и фрагментарности. Причем, стремление к перемещению по миру само по себе становится базовой потребностью человека. Все это, при кажущемся огромном многообразии национальных потребительских образов, открывает путь к универсализации потребностей и стереотипов потребления.

Результатом этих процессов видится формирование новой социальной идентичности, имеющей синкретичный характер. В ней рудименты государственно-национальной идентичности сочетаются с нарастающей приверженностью к транснациональной корпорации и отождествлением себя с некоторой космополитической «передовой частью» человечества. Такая идентичность отличается фрагментарностью, противоречивостью и неустойчивостью. Она порождает глубокую разбалансированность прав и ответственности представителей бизнеса и широких слоев населения, а также неопределенность их обязанностей по отношению к стране, нации, государству, наконец, семье. Таким образом, новая идентичность, порождаемая экономическими процессами, в свою очередь, становится мощным фактором нарастания глобальной нестабильности и неопределенности мирохозяйственного развития.

А. Н. Русак

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

В современных реалиях цифровизации общества, сопровождающихся стремительным ростом технологий, кардинально трансформируется отношение к получаемой информации, а также к способам коммуникации. Организация структурированного корпоративного обучения должна осуществляться в соответствии с требованиями стандартов нового поколения. Внедрение новых форм обучения, отвечающих современным требованиям, является предметом длительной дискуссии специалистов.

Исследователи классифицируют значимые компетенции для развития специалистов: 1) *hard skills* ‘твердые навыки’, получаемые при обучении или выполнении рабочих задач профессиональной деятельности в области формализованных технологий; 2) *soft skills* ‘мягкие навыки’ – социальные и коммуникативные навыки работников; 3) *digital skills* ‘цифровые навыки’ – комплекс компетенций, необходимых в современном цифровом обществе. Недостаточное количество специалистов с хорошо развитыми *soft skills* и *digital skills* на рынке труда вынуждает бизнес-структуры искать способы решения проблемы обучения персонала путем трансформации системы корпоративного обучения.

В качестве одного из успешных примеров реализации корпоративного обучения можно привести пример корпоративного университета Сбербанка России. В рамках корпоративного университета, для обучения и развития сотрудников, разработан проект «Виртуальная школа», предоставляющий дистанционный доступ к базе знаний и возможность командного взаимодействия в режиме реального времени. Выпущен словарь-справочник «Корпоративное обучение для цифрового мира», систематизирующий образовательные решения для корпоративного обучения в эпоху цифровых технологий. С целью обеспечения бесплатного доступа к образовательным ресурсам