МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Кубанский государственный университет»

Факультет экономический

Кафедра мировой экономики и менеджмента

**ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**(ПРЕДДИПЛОМНАЯ)**

период с \_\_\_23.05.\_\_\_\_2022\_ г. по \_\_05.06.\_\_\_\_2022\_\_ г.

\_\_\_\_\_Гаджимагомедов Ферезулла Киласович\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Ф.И.О. студента)

студента \_\_\_224\_\_\_ группы \_\_2\_\_\_\_курса \_\_\_\_\_\_очной\_\_\_формы обучения

Направление подготовки /специальность\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_38.04.02 Менеджмент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Направленность (профиль)/специализация \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Международный бизнес \_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель практики от университета\_доктор экон. наук, профессор Кизим А.А.\_\_\_\_\_

(ученая степень, ученое звание, должность, Ф.И.О.)

Оценка по итогам защиты практики: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись руководителя практики от университета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

«\_06\_» \_июня 2022\_ (дата)

Руководитель практики от профильной организации: Кизим А.А.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ФИО, подпись)

Краснодар 2022 г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Подготовка и представление результатов исследования в виде автореферата диссертации………………………………………… | 3 |
| 1. Приложения………………………………………………………… | 32 |

*На правах рукописи*

Гаджимагомедов Ферезулла Киласович

**Развитие международного предпринимательства в условиях экономической нестабильности**

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание степени магистра направление

38.04.02 «Менеджмент»

Краснодар 2022

Диссертационная работа выполнена на кафедре мировой экономики и менеджмента ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет».

|  |  |
| --- | --- |
| Научный руководитель: | Доктор экономических наук, профессор  кафедры мировой экономики и менеджмента  Кизим Анатолий Александрович |
|  |  |

Защита состоится «30» июня 2022 г. в 9.00 часов на заседании Государственной экзаменационной комиссии по адресу:

350040, г. Краснодар, ул. Ставропольская, д. 149, ауд. 201Н

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

Актуальность темы диссертационного исследования обусловлена все большим значением международного предпринимательства в мировой экономике. Глобализация международного предпринимательского взаимодействия, интеграция и интернационализация международных предпринимательских структур, а также необходимость непрерывного двустороннего участия бизнеса и государства в процессе выстраивания международных экономических отношений сформировали новые векторы структурной трансформации мировой экономики.

В современных условиях ни одна страна не в состоянии обеспечить эффективное, динамичное развитие своей экономики без сотрудничества с другими странами. Ведение международной предпринимательской деятельности, а вследствие этого создание экономических союзов, облегчающих торговое взаимодействие, различных интеграционных систем и объединений обеспечивают на сегодняшний день около 90% мирового товарооборота.

Сегодня для получения большей прибыли необходимо выходить за пределы своей страны, искать новые рынки сбыта и привлекать большее количество клиентов. При правильно выстроенной стратегии развития компания может получить множество преимуществ при ведении международной деятельности ─ выгоду от эффекта масштаба, экономию издержек, более квалифицированный кадровый персонал, а также доступ к иностранным инвестициям и новейшим технологиям зарубежных стран. Всемирная интеграция и международное разделение труда позволили предпринимателям максимизировать финансовые результаты своей деятельности.

Изучение международного предпринимательства необходимо для понимания особенностей и тенденций всех мирохозяйственных связей в обществе, так как данный вид деятельности включает в себя всю совокупность внешнеэкономических отношений ─ экономических, управленческих, организационных и конечно же социальных. Международное предпринимательство объективно отражает всю систему отношений, возникающих на мировом рынке у предпринимателей друг с другом, с потребителями, с поставщиками, с банками и другими субъектами мирового рынка, с наемными работниками, с государством в лице соответствующих органов исполнительной власти. При этом международное предпринимательство отражает товарный характер таких отношений, которые реализуются на основе действия экономических законов мирового рынка (спроса, предложения, конкуренции), а также всех инструментов товарного производства и обращения.

Степень разработанности проблемы. Изучением сущности и роли международного предпринимательства занимались многие ученые и экономисты, среди которых можно выделить А.Ю. Борисову, О.Н. Воронкову, О.С. Горда, Г.Ю. Дуброва, А.И. Дудника, А.С. Кабелькову, С.Н. Кузнецову, Е.В. Орлову, Е.Н. Смирнова и др.

Более практические вопросы, включающие в себя изучение тенденций международного предпринимательства, его количественных характеристик, а также ему присущих проблем, рассматривали такие авторы как А.В. Божечкова, А.А. Ворона, П.В. Жуков, А.Ю. Кнобель, Е.В. Орлова, Д.В. Полещенко, Н.И. Шамсутдинова и др.

Объектом диссертационного исследования является международное предпринимательство в системе международного бизнеса.

Предметом исследования выступает совокупность экономических, управленческих, организационных и социальных отношений, возникающих в процессе осуществления международной предпринимательской деятельности в международном бизнесе.

Целью магистерской диссертации является анализ международной предпринимательской деятельности и предложение рекомендаций по нивелированию сдерживающих факторов развития предпринимательства в системе международного бизнеса.

Цель может быть достигнута при выполнении ряда задач:

─ изучение сущности и особенностей международного предпринимательства, его форм и видов;

─ рассмотрение стратегических направлений развития международного предпринимательства и специфики его нормативно-правового регулирования;

─ анализ международного предпринимательства по регионам и отражение степени вовлеченности России в предпринимательские процессы;

─ выявление тенденций развития международного предпринимательства и ряда факторов, сдерживающих его развитие;

─ предложение рекомендаций по нивелированию проблем международного предпринимательства и его совершенствованию.

Гипотеза исследования основана на предположении о том, что активное развитие международного бизнеса, глобализация бизнес-структур и все большая интеграция стран ведет к необходимости непрерывного совершенствования международного предпринимательства в условиях экономической нестабильности.

Наиболее существенные результаты исследования, содержащие элементы научной новизны:

─ определена сущность, задачи и особенности стратегического подхода к ведению международных бизнес-операций ─ разработан ряд последовательных этапов определения стратегии компании, выходящей на внешний рынок, сформулированы уровни международных предпринимательских стратегий (корпоративная стратегия, бизнес-стратегия, функциональная стратегия);

─ выявлен ряд факторов, сдерживающих развитие международного предпринимательства (некачественный менеджмент, неверно выбранная стратегия развития деятельности, различия в национальных и культурных особенностях стран, высокая степень конкуренции на целевом рынке, наличие барьеров, санкции и др.);

─ оптимизирован процесс масштабирования бизнеса путем разработки комплексной схемы данного процесса с включением в нее основной совокупности возможных действий масштабируемой компании в современных условиях с учетом их важности и причинно-следственной взаимосвязи, в результате чего как минимум 30% компаний смогут с большей вероятностью закрепиться на международном рынке, выделены особенности национальных культур, а также систематизированы стратегии выхода на международный рынок путем разработки ряда необходимых критериев. Как следствие предложены меры по расширению сферы применения методики блокчейна в управлении цепями поставок;

─ предложены меры по совершенствованию международного предпринимательства в РФ, а именно создание инновационной структуры, связанной с созданием нового продукта, обладающей высокой добавленной стоимостью, которая могла бы заниматься координацией и регулированием жизненного цикла инновационного продукта, и методы устранения последствия санкций, проблема которых особенно ощутима для международной предпринимательской деятельности в РФ.

В процессе исследования использовались как общенаучные методы исследования (сравнение, анализ и синтез, конкретизация, абстрагирование, дедукция и индукция), основанные на теории познания и принципах диалектики, системной методологии, так и специальные методы инновационного анализа и управления проектами.

Информационной базой послужил ряд экономических сборников, ежегодных отечественных и зарубежных отчетов о ведении международной предпринимательской деятельности, статьи как отечественных, так и иностранных авторов, нормативно-правовые акты, официальные сайты ведущих международных компаний, монографии и иные источники.

Теоретическая значимость исследования заключается в уточнении ряда методологических аспектов международной предпринимательской деятельности, в части стратегии, классификации и организации бизнес-структур. Результаты исследования в комплексе закладывают научную основу для дальнейших разработок в указанной предметной области.

Практическая значимость состоит в возможном использовании предложенных рекомендаций как крупнейшими ТНК, действующими во множестве стран мира и определяющими на сегодняшний день вектор развития экономики, так и рядом компаний, которые только собираются выйти на внешние рынки и выбирают подходящую стратегию.

Практическая значимость исследования определяется апробацией и в печати:

1. Кизим А.А., Гаджимагомедов Ф.К. Особенности управления  
   международными компаниями, осуществляющими предпринимательскую деятельность / А.А. Кизим, Ф.К. Гаджимагомедов // Галактика науки-2022. – 2022.
2. Кизим А.А., Гаджимагомедов Ф.К. Формы международной предпринимательской деятельности / А.А. Кизим, Ф.К. Гаджимагомедов // Экономическое развитие России: точка баланса в мировой экосистеме и инфраструктура будущего. – 2022.

**ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ МАГИСТЕРСКОЙ РАБОТЫ**

1. Определена сущность, задачи и особенности стратегического подхода к ведению международных бизнес-операций ─ разработан ряд последовательных этапов определения стратегии компании, выходящей на внешний рынок, сформулированы уровни международных предпринимательских стратегий.

Международная стратегия компании ─ это план управления организацией, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребителей и достижение поставленных целей. Формирование стратегии компании для осуществления международных бизнес-операций происходит в несколько этапов:

1. Разработка миссии организации и формирование долгосрочного видения.

2. Оценка внешних условий ведения бизнеса.

3. Постановка стратегических целей.

4. Выбор и реализация стратегии.

5. Контроль и оценка выбранной стратегии.

Разработка миссии является первым этапом формирования стратегии. Миссия служит в качестве способа передачи информации о ее стратегическом курсе субъектам внешней и внутренней среды компании. Для этого руководство определяет:

─ конкурентные преимущества фирмы;

─ философию деятельности компании на международном рынке;

─ методы достижения положительной репутации.

Этапом номер два выступает анализ внешних условий осуществления предпринимательской деятельности для определения сильных и слабых сторон компании, выявления ряда конкурентных преимуществ, определения степени угрозы появления товаров-заменителей, а также непосредственно исследование мировой экономики в целом.

Основными инструментами для анализа являются:

─ SWOT и PEST анализ, позволяющие оценить достоинства и недостатки деятельности компании и выделить возможности и угрозы развития как на текущем рынке, так и на новых рынках, таблица 1.

Таблица 1 ─ Элементы внешней среды компании

|  |  |
| --- | --- |
| Элемент внешней среды компании | Ключевые показатели |
| Экономический | Общее экономическое положение государства, рынок сбыта которого является приоритетным для компании (объем ВВП, состояние торгового и платежного баланса страны, инвестиционная привлекательность региона, уровень конкуренции, спроса на продукт, с которым компания выходит на международный рынок) |
| Структура населения страны, динамика покупательной способности населения, объемы реальных доходов населения |
| Наличие партнеров на целевом рынке |
| Наличие инфраструктуры поддержки международной деятельности |
| Наличие факторов, способных сдерживать развитие компании в регионе (безработица, инфляция) |
| Правовой | Налоговая и таможенная политика государства |
| Различные вопросы регулирования экспорта и импорта, ценообразования, трудовых отношений и собственности |
| Степень государственной поддержки иностранных компаний и предоставления государственных гарантий |
| Политический | Общий политический режим в стране |
| Нахождение страны в различных политических союзах и степень ее влияния в данных союзах |
| Основные политические партии и лидеры страны |
| Культурный | Традиции и обычаи населения |
| Социально-демографические особенности носителей культуры |
| Природно-климатические особенности региона |

─ анализ пяти внешних сил М. Портера;

─ построение матрицы БКГ;

─ анализ цепочки создания стоимости, рисунок 1.

Инфраструктура компании

Вспомогательные виды деятельности

Управление персоналом

Технологическое развитие

Снабжение

Производство

Логистика

Маркетинг

Обслуживание и сервис

Основные виды деятельности

Рисунок 1 ─ Цепочка создание стоимости

Выделяются основные виды деятельности, которые влияют на непосредственно производство товара, его реализацию и сбыт, а также вспомогательные виды деятельности, которые осуществляют поддержку основных видов. После этого изучается взаимодействие между этими видами деятельности, выделяются главные и второстепенные процессы и как итог делается вывод о степени значимости того или иного продукта для компании, доле прибыли компании, которая приходится именно на этот продукт, об уровне понесенных издержек.

Анализируя цепочку, выявляют неувязки, пробелы отдельных звеньев, которые лишь стопорят бизнес-процессы, и. в конечном счете, приводят к недополученной прибыли (по сути, к упущенной выгоде).

Следующим этапом является определение целей компании для осуществления бизнес-операций на международном рынке:

─ расширение сбыта;

─ приобретение ресурсов;

─ диверсификация источников снабжения и сбыта;

─ использование ключевых компетенций компании.

Дальнейшим этапом выступает формулировка и реализация конкретной стратегии. Стратегия разрабатывается на нескольких уровнях, каждый из которых включает частные стратегии ведения международной предпринимательской деятельности, рисунок 2.

Неверный выбор стратегии может привести к падению рентабельности и прибыльности компании и даже к ее банкротству. Поэтому следующим этапом формирования стратегии является оценка ее реализации. Для этого определяется комплекс показателей, по которым будет оцениваться выбранная стратегия, после чего результаты деятельности организации соотносятся с конкурентами и лидерами отрасли. В случае выявления каких-либо отклонений проводятся корректирующие мероприятия или вовсе выбирается новая стратегия деятельности.

Подводя итог, следует сказать о некоторых ограничениях, присущих стратегическому подходу к ведению международных бизнес-операций:

─ он не дает детальной картины будущего, а лишь прогнозирует ее, определяя ключевые факторы развития и само место компании на международном рынке;

Стратегия ориентации на один вид деятельности. Использование только одного направления бизнеса.

Стратегия связанной диверсификации. Используется несколько направлений ведения бизнеса, но в схожих отраслях или рынках.

Корпоративная стратегия

Стратегия несвязанной диверсификации. Используется несколько направлений ведения бизнеса, на различных друг от друга рынках и в не связанных отраслях.

Стратегия дифференциации. Основана на достижении каких-либо отличий продукта от ближайших конкурентов за счет цены, качества или маркетинга.

Стратегия лидерства по издержкам. Характеризуется установлением более низкой цены, чем у конкурентов за счет сокращения затрат и издержек на производство продукции.

Бизнес-стратегия

Стратегия фокусирования. В рамках этой стратегии компания сконцентрирована на производстве узкого ассортимента товаров, либо и вовсе только на одном товара для конкретного рынка и для конкретных групп потребителей.

1. Стратегия маркетинга.

2. Финансовая стратегия.

3. Производственная стратегия.

4. Стратегия использования человеческих ресурсов.

5. Стратегия НИОКР.

Функциональная стратегия

Рисунок 2 ─ Уровни международных предпринимательских стратегий

─ нет определённых правил и процедур использования стратегического подхода. Есть лишь ограниченный набор рекомендаций, а также опыт других участников рынка. Каждый руководитель опирается на свое видение и свою интуицию, пытаясь найти наилучшие пути развития организации. В этом ему могут помочь высококвалифицированные кадры, но стратегический подход ─ это всегда творчество, симбиоз искусства и бизнеса. В этом как раз и состоит суть такого фактора производства как предпринимательская способность;

─ он требует не только больших усилий от руководства, но и огромных затрат на стратегическое планирование, создание отдельных служб для реализации стратегии и ее последующей оценки;

─ данный подход связан с высокими рисками, так как зачастую невозможно досконально проработать стратегию развития компании на международном рынке в условиях постоянной неопределенности и изменчивости внешней среды. В этих условиях важно быстро реагировать на изменения, координировать свою деятельность и редактировать стратегию.

2. Выявлен ряд факторов, сдерживающих развитие международного предпринимательства.

Должному развитию международного предпринимательства мешают достаточное количество факторов. К их числу можно отнести:

─ некачественный менеджмент. Данный фактор находит свое отражение и в только создаваемых бизнес-структурах и в компаниях, которые уже давно на международной арене. Так, предприниматели, только создающие бизнес зачастую совершают типичные ошибки, например:

1. Ведение бизнеса в одиночку. Две или три и хорошие головы, работая в гармонии выдают лучший результат чем одна. Разность опыта, знаний и навыков людей дают необходимую синергию, особенно когда эти качества комплементарны. Вероятность найти правильные решения процессе обсуждения разговора, даже спора значительно выше, чем сидя в одиночку и читая бизнес-книжки.

2. Неправильный подбор кадров. Предприниматели действуют в условиях ограниченного бюджета. Более того, расположение компании не всегда позволяет нанимать персонал из других стран.

3. Неверное построение бизнес-процессов. Чтобы открыть серьёзный бизнес нужно создавать процессы и набирать команду, которая сможет работать, предоставлять высококачественный продукт клиентам и приносить доход, даже когда основатель бизнеса не работает в нём. Если бизнес замкнут на одном человеке, то его нельзя масштабировать. Предприниматель, он же руководитель того или иного бизнеса, не должен заниматься операционной деятельностью, его задача ─ разрабатывать стратегию и тактику.

В крупных компаниях также присутствуют некоторые проблемы управления. К ним можно отнести:

1. Отсутствие ориентации на долгосрочную перспективу. Многие предприниматели живут по принципу «здесь и сейчас», не вырабатывая долгосрочную стратегию.

2. Несогласованность действующих в организации формальных и неформальных (писаных и неписаных) норм и требований, противоречивость множества ограничений и норм деятельности.

3. Несовершенство структуры организации ─ информационных, управляющих, технологических и других связей между ее участниками и др.

─ неверная стратегия развития деятельности на внешнем рынке. Для того, чтобы выйти на международную арену, компаниям необходимо решить по меньшей мере два вопроса: какую именно стратегию выхода использовать и какой тип продукции, стандартизированный или адаптированный, предлагать рынку. Предприниматели, особенно неопытные, которые делают это впервые, могут неправильно выбрать стратегию выхода или же не провести комплексный анализ потенциального рынка, упустив из виду множество факторов. Как итог, компания либо не выходит вовсе на зарубежный рынок, либо не может там закрепиться, постепенно становясь банкротом;

─ различия в национальных и культурных особенностях. Культурный вопрос является одним из самых явных в наше время. Многие компании, стремящиеся на внешние рынки обходят этот вопрос стороной, не ставя его во внимание. Однако успех на международной арене во многом зависит от эффективной межкультурной коммуникации. Она влияет на многие методы ведения бизнеса из повседневных операционных процессов, таких как переговоры, управление, наем, коммуникация и оценка эффективности. Одна из самых больших проблем при ведении бизнеса в глобальном масштабе - понять культурные различия и извлечь из них выгоду;

─ высокая степень конкуренции на целевом рынке. Не все компании при разработке стратегии выхода на внешние рынки оценивают перспективы того или иного рынка. В случае, если на в страну приходит крупная компания, конкуренция существенно обостряется, что плохо для местных производителей, вследствие чего государство вынуждено проводить протекционистскую политику;

─ наличие барьеров на целевом внешнем рынке. При проведении подобной протекционистской политики государство устанавливает различные тарифные и нетарифные барьеры для ограничения импорта, что не позволяет многим производителям попасть на потенциально прибыльный рынок;

─ национализация рассматривается как проблема развития международного предпринимательства. В соответствии с идеологическими различиями некоторые государства не ведут торговлю и запрещают вести бизнес на их территориях странам, с которыми не поддерживают дружеских отношений.

Неотъемлемой частью международного предпринимательства последних лет являются санкции в отношении различных стран. Они бывают нескольких видов:

─ экономические;

─ дипломатические;

─ военные;

─ спортивные;

─ экологические и др.

Более всего данный вопрос касается, конечно же, России. На данный момент наша страна является самой санкционной в мире, таблица 2, на нее наложено 7116 санкций, что составляет 42,39% от общего количества. Ограничительные меры против России выстраиваются по нескольким сквозным темам. Среди них – ситуация на Украине и вокруг нее, трубопроводные проекты, кибербезопасность, нераспространение ОМУ, права человека, режимы санкций против третьих стран (Венесуэла, КНДР и др.).

Если говорить о других странах, то необходимо выделить Иран и Сирию. Первые санкции на Иран были наложены еще 40 лет назад, США и страны Европы объявили бойкот Иранской нефти. На сегодняшний день 21,54% всех санкций ─ в отношении азиатского государства. Сирия также находится в числе «антилидеров» с общей долей в 15,54%. Пакет санкций против страны ограничивает торговлю, финансовые операции, нефтяной бизнес.

Таблица 2 ─ Самые санкционные страны мира по состоянию на апрель 2022 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Позиция | Государство | Количество санкций, шт. | Доля в общем итоге, % |
| 1 | Россия | 7116 | 42,39 |
| 2 | Иран | 3616 | 21,54 |
| 3 | Сирия | 2608 | 15,54 |
| 4 | Северная Корея | 2077 | 12,37 |
| 5 | Венесуэла | 651 | 3,88 |
| 6 | Мьянма | 510 | 3,04 |
| 7 | Куба | 208 | 1,24 |
| Итого |  | 16786 | 100 |

Помимо санкционных ограничений, РФ присущ еще целый ряд проблем, сдерживающих развитие международного предпринимательства. На основе экспертных оценок GEM определим негативные факторы международного предпринимательства в РФ, рисунок 3, при условии, что при достижении оценки в пять баллов фактор считается положительным. Так, негативных факторов существенно больше. Из преимуществ можно отметить развитую инфраструктуру (компании имеют качественный доступ к услугам связи и прочим элементам коммуникации, в их распоряжении много помещений и площадок для организации деятельности и др.) и динамику рынков, а также позитивный ответ бизнеса на пандемию коронавируса.

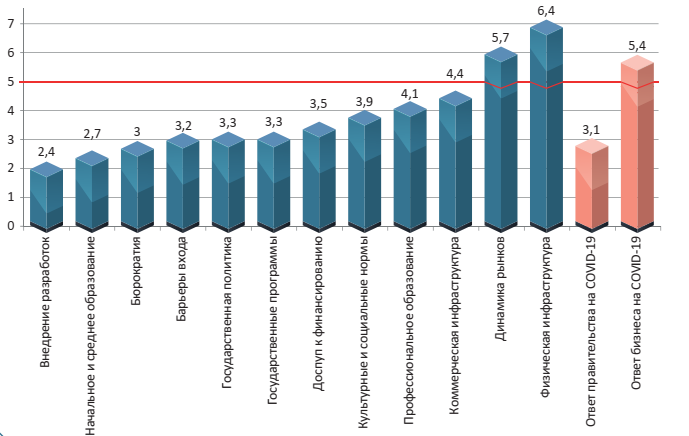


Рисунок 3 ─ Факторы развития предпринимательства в РФ

Самый негативный фактор ─ недостаточное внедрение разработок. Только 13% предлагаемых товаров и услуг и 15% технологий предпринимателями нашей страны являются качественно новыми для области. И только 2% и 4% соответственно являются новыми для всего мирового рынка, рисунок 4. Не является новым 81% товаров и услуг и 79% технологий, с которыми предприниматели выходят на рынок, что может судить о недостаточной инновационности экономики.

Развитие коммерческой инфраструктуры получило практически нейтральную оценку ─ 4,4. Среди явных плюсов можно отметить доступное банковское обслуживание, а также юридические и бухгалтерские услуги. При этом, для молодых компаний достаточно тяжело найти необходимых контрагентов для ведения бизнеса, а также оплатить их услуги.

В РФ отсутствует налаженная система образования (оценка 4,1) ─ ни на уровне школы, ни на уровне университетов и колледжей зачастую не проводится подготовка в области предпринимательства, более того, образовательная система в целом не поощряет креативность и инициативность, что так ценится в предпринимательстве.

Доступность финансовых ресурсов для предпринимательских структур также находится на низком уровне, оценка экспертов установилась на уровне в 3,5. Компании испытывают недостаток собственного капитала, им тяжело привлечь финансирование особенно со стороны венчурных компаний или бизнес-ангелов, которых в РФ малое количество. Банковский кредит выступает практически единственным средством привлечения капитала (краудфандинг и средства, привлекаемые из частных источников, конечно тоже играют роль, но объемы подобного финансирования, как правило, недостаточны для ведения предпринимательской деятельности и на отечественном, и на зарубежном рынках).

Несмотря на широкую поддержку предпринимательства со стороны государства, ее эффективность достаточно низкая (3,3), далеко не каждая компания может ее получить. Также эксперты сомневаются в компетентности и эффективности чиновников госучреждений.

Среди остальных проблем международного предпринимательства в РФ можно выделить:

─ бюрократию (длительное получение необходимых разрешений и лицензий, высокие затраты времени на согласование проектов и др.);

─ высокие издержки выхода на новые рынки;

─ высокие барьеры входы на рынки и др.

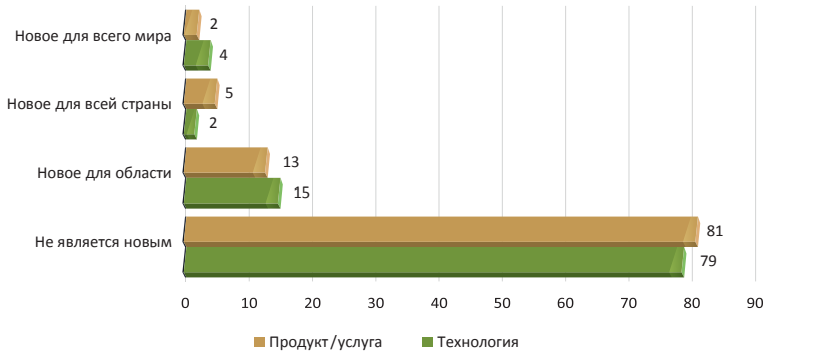


Рисунок 4 ─ Новизна товаров/услуг и технологий в РФ

Если провести сравнение между РФ, ЕС и США, рисунок 5, то можно заметить существенное превосходство предпринимательских секторов США и ЕС. Все факторы США находятся в положительной зоне и позитивно влияют на бизнес-процессы страны, равно как и факторы ЕС. Наибольшее превосходство наблюдается в культурных и социальных нормах, барьерах входа, инновациях и государственной политике.

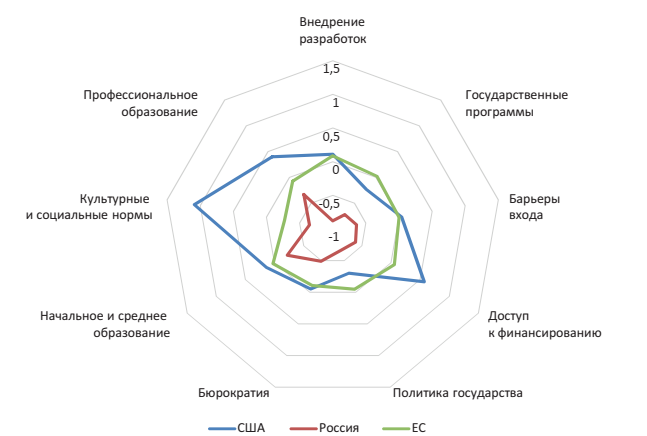


Рисунок 5 ─ Сравнение факторов предпринимательства РФ с США и ЕС

Таким образом, несмотря на положительную динамику развития международного предпринимательства, ему присущ ряд проблем, как экономического характера, так и политического, и социального. Их преодоление позволит предпринимательству выйти на новый уровень. России, как части системы международного предпринимательства, характерны гораздо более серьезные проблемы. Наша страна значительно уступает США или Европейским государствам в развитии, на ее долю приходится огромное количество сдерживающих факторов. Их изучение и анализ позволяет определить направление развития институтов и сформировать рекомендации по совершенствованию.

3. Оптимизирован процесс масштабирования бизнеса путем разработки комплексной схемы данного процесса, выделены особенности национальных культур, а также систематизированы стратегии выхода на международный рынок путем разработки ряда необходимых критериев. Как следствие предложены меры по расширению сферы применения методики блокчейна в управлении цепями поставок

Успеха можно достичь лишь правильно выбрав стратегию развития фирмы. Принятие стратегического решения в любой компании состоит в выборе правильной стратегической альтернативы, который основывается на постановке целей фирмы и глубоком анализе ее внутренней и внешней среды. Ввиду сложности принятия управленческих решений оптимизируем процесс масштабирования бизнеса путем разработки комплексной схемы данного процесса с включением в нее основной совокупности возможных действий масштабируемой компании в современных условиях с учетом их важности и причинно-следственной взаимосвязи, рисунок 6.

Например, компания имеет какой-либо товар, с которым она хочет выйти на внешний рынок или закрепиться на нем. Тогда предпринимателю и его команде необходимо:

Анализ макросреды

культурные и национальные особенности целевого рынка

уровень затрат на инновации и разработки

Анализ внутренней среды

товары/услуги-заменители

уровень финансовых и кадровых ресурсов

потенциальные поставщики и партнеры

законодательство

экономические факторы

экологические факторы

политические факторы

географические факторы

уровень общих затрат фирмы

потребительские качества населения

наличие глобальных покупателей

компании-конкуренты

товары/услуги-заменители

Анализ целевого рынка (рынков)

Компания, стремящаяся выйти на внешний рынок

потенциальные поставщики и партнеры

НЕТ

Принятие решения о необходимости выхода на внешний рынок

ДА

Выбор товарной политики

Выбор стратегии выхода на рынок

Рисунок 3.7 ─ Комплексная схема процесса масштабирования бизнеса путем выхода на внешний рынок [составлено автором]

─ проанализировать внутреннюю среду предприятия;

─ проанализировать целевой рынок (рынки);

─ проанализировать макросреду.

Важным первоначальным этапом в этой связи является формирование перечня потенциальных зарубежных рынков сбыта продукции, его подробный анализ и изучение. Менеджменту фирмы необходимо обратить внимание на:

─ потребительские качества населения.;

─ наличие глобальных покупателей;

─ конкурентов;

─ количество товаров и услуг заменителей;

─ потенциальных поставщиков и партнеров;

К дополнительным факторам анализа целевого рынка (рынков) следует также отнести:

─ емкость внешнего рынка, характер и эластичность спроса;

─ уровень мировых цен и тенденции их изменения;

─ формы работы на зарубежном рынке, формы посреднических соглашений, виды сделок, формы торговли.

Отдельным этапом выделим необходимость анализа культурных и национальных особенностей рынка, так как данная проблема сильно мешает компаниям развиваться. Они попросту не могут конкурировать на рынке из-за культурного империализма или недостаточной социализации своих работников. Для того, чтобы этого избежать, необходимо знать модели кросс-культурного поведения в предпринимательстве. Отметим, что это могут применять и компании, которые уже давно ведут международную предпринимательскую деятельность. Мировые рынки можно разграничить на несколько типов, таблица 3. Большая их часть ставит во главу угла взаимоотношения. Т.е. налаживая деловую связь с предпринимателями из Латинской Америки или Азии, необходимо хорошо знать партнера, доверять ему, использовать личный контакт. Переписка по Интернету или видео-связь могут быть неэффективным средством установления связей. Предпочтительными методами установления контакта будут:

─ международные торговые выставки;

─ торговые ассоциации;

─ знакомство через третье лицо.

В противоположность этому можно поставить США или страны Северной Европы, Великобританию. Данная группа государств ориентирована на сделку, т.е. на выполнение задания любой ценой. Для них личные взаимоотношения могут сформироваться в процессе ведения бизнеса, и это не является самоцелью. Им достаточно предложить товар, который будет пользоваться спросом на рынке, показать проведенное маркетинговое исследование. Однако такое положение дел неприемлемо для бизнес-моделей, ориентированных на взаимоотношения.

Таблица 3 ─ Типы мировых рынков по культурным различиям [составлено автором]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Культуры, сосредоточенные на сделке | Культуры, которые умеренно сосредоточенны на сделке | Культуры, для которых определяющим фактором успеха являются взаимоотношения |
| Северная Америка | Южная Африка | Латинская Америка |
| Великобритания | Гонконг, Сингапур | Африка |
| Австралия | Южная и Центральная Европа | Страны арабского мира |
| Германия | Чили | Азия |
| Новая Зеландия | Бразилия |  |
| Северная Европа |  |  |

Помимо этого, менеджмент фирмы должен:

─ обучать персонал межличностным отношениям и умению вести переговоры с иностранными партнерами;

─ изучать кросс-культурный этикет;

─ нанимать работников, знающих целевой рынок и его особенности;

─ проводить тренинги для сотрудников по кросс-культурному общению;

─ повышать общую культурную осведомленность работников.

Существует и группа стран, культуры которых умеренно ориентированы на сделку. К таким можно отнести Южную и Центральную Европу, Южную Африку и др. К ним в равной степени можно отнести выводы о двух предыдущих типах культур.

Как это поможет в международном предпринимательстве? Доля заключенных сделок будет несомненно выше, у фирм появится множество партнеров из различных регионов мира, количество отказов и разрывов соглашений сократится в несколько раз.

Следующим этапом в анализе выступает оценка макросреды. В этом случае необходимо проанализировать:

─ политическую составляющую, есть ли какие-либо санкции в отношении государства, оценить уровень политической стабильности;

─ географические факторы, т.е. насколько целевой рынок удален от внутреннего, как будет осуществляться логистика, какие расходы для этого должна понести фирма и др.;

─ экологические факторы. К факторам, которые могут повлиять на предпринимательскую активность, можно отнести климатические условия, запасы ресурсов, общую экологическую обстановку;

─ экономические факторы. В первую очередь к ним относятся возможные барьеры при входе на рынок, уровень тарифной защиты государства, необходимость патентования деятельности и получения лицензий, степень таможенного контроля и др.;

─ законодательство. Необходимо проанализировать особенности регулирования отрасли, в которой будет функционировать фирма, валютное и таможенное законодательство, особенности регистрации фирмы на рынке.

Все это приводит к необходимости заранее подробно исследовать регуляторную составляющую целевого зарубежного рынка, вносить необходимые изменения в продукт и процессы, а затем уже переходить к этапу проникновения на рынок.

Дальнейшим этапом оценивается внутренняя среда компании. Помимо традиционных SWOT и PEST анализов, в ходе которых определяются сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, также выявляются факторы:

─ уровень затрат фирмы;

─ уровень затрат на инновации и разработки;

─ уровень финансовых и кадровых ресурсов.

После того, как компания и целевой рынок полностью проанализированы, выбрана товарная политика фирмы, необходимо определиться какую именно стратегию выбрать для выхода на мировую арену. Систематизируем данные стратегии, разработав необходимые критерии, таблица 4.

Как уже было сказано ранее, мир не стоит на месте и некоторые крупные компании используют технологию блокчейна для упрощения своей работы. Однако этого недостаточно. Благодаря данной технологии возможно не только оплачивать счета или отслеживать данные, но и заключать сделки и многое другое. Предлагается расширить сферу применения блокчейна в логистике, а именно в управлении цепями поставок.

Выявим те сферы, где применение технологии блокчейна поможет сильнее всего:

1. Инвентаризация и отслеживание грузов.

2. Контрафактная продукция. Приведем несколько примеров.

3. Оплата счетов.

4. Прочее.

Таким образом, предварительно оценив собственные возможности и проанализировав целевой рынок, как минимум 30% компаний смогут с большей вероятностью закрепиться на международном рынке.

Таблица 4 ─ Критерии для определения оптимальной стратегии выхода на внешний рынок [составлено автором]

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерии | Косвенный экспорт | Прямой экспорт | Совместное предпринимательство | | Прямые иностранные инвестиции | | | | |
| Лицензирование/ франчайзинг | Контрактное производство/ управленческий контракт | Совместные предприятия | Собственная компания за рубежом | | Стратегический альянс | |
| Цель выхода на внешний рынок | Доступ к рынку; доступ к эффекту масштаба | | Доступ к рынку; доступ к ресурсам и сырью; доступ к льготам и поддержке; доступ к эффекту масштаба | | | | | | |
| Скорость выхода на рынок | Высокая | | Средняя | | Низкая | | Средняя | | Низкая |
| Функция, выполняемая на внешнем рынке | Функция распределения | | Функция производства и распределения | | Стадия производства с/без разработки и стадия распределения | | | | |
| Объем вложений | Минимальный | | От низкого до среднего | | От высокого до очень высокого | | | | |
| Степень контроля за деятельностью за рубежом и важности менеджмента | Отсутствует | Низкий | Средний | | Высокий | | | | |
| Степень рисков ведения деятельности | Низкий | Средний | Средний | | От среднего до очень высокого | | | | |
| Степень вовлеченности в рынок | Практически отсутствует | Низкая | Средняя | | Высокая | | Очень высокая | | |
| Правовые рамки ведения деятельности | Договор купли-продажи, поставки | | Лицензионный договор/ франшиза | Договор подряда, управления на оказание услуг | Право собственности | | | | |
| Статус компании при выходе на внешний рынок | Отсутствует | Импортер | Партнер по договору | | Производитель и инвестор | | Импортер и инвестор | | Производитель и инвестор |

4. Предложены меры по совершенствованию международного предпринимательства в РФ.

Перейдем к решению более частных проблем международного предпринимательства, а именно к проблемам РФ. Из приведенного ранее анализа видно, что в нашей стране низкий уровень инновационной активности, компании очень редко выходят на внешний рынок с продуктом, который является качественно новым. Основным звеном инновационной экономики РФ выступает национальная инновационная система, которая включает в себя:

─ государство;

─ научно-исследовательские и образовательные учреждения;

─ финансовые институты;

─ бизнес-инкубаторы, технопарки, инновационно-технологические центры и др.;

─ наукограды;

─ инновационные предприятия;

─ непосредственно предприниматели;

─ потребители.

Недостатком является тот факт, что отсутствуют структуры, связанные с созданием нового продукта, обладающего высокой добавленной стоимостью, которые могли бы заниматься координацией и регулированием жизненного цикла инновационного продукта. Предлагается создать подобную инновационную структуру, задачами которой будет являться:

─ координация и управление циклом создания новых продуктов, с применением оптимальных инновационных решений;

─ поиск источников финансирования работ на различных стадиях создания нового продукта;

─ помощь предпринимателям в выработке инновационных продуктов;

─ определение потребностей и моделирование продукта;

─ осуществление взаимодействия с производственной сферой, при наличии готовых технологий;

─ финансирование или поиск фондирования для различных стадий цикла создания нового продукта;

─ вывод продукта на рынок.

Предприниматели, собирающиеся организовывать свою деятельность за рубежом должны будут заключить контракт с данной инновационной структурой. В последствии работа будет проходить в несколько этапов.

Изначально будет происходить разработка нового продукта, поиск идеи по его созданию. Для этого специалисты будут проводить анализ рынка, потребностей населения. Далее все идеи собираются в общий пул, а управленческий персонал должен будет их отобрать, выбрав самые перспективные.

На этапе под номером три разрабатывается концепция нового продукта и проводится проверка его восприятия рынком. Определяются имеющиеся технологии, на базе которых можно создавать продукт. Далее отправляется запрос в соответствующие структуры национальной инновационной системы на разработку и отбор инноваций на основе проведения экспертизы.

После этого проводится пятый этап, где продукт полностью анализируется в разрезе возможных рисков и издержек, потенциального объема прибыли. Если концепция нового продукта получила положительную оценку, начинается изготовление опытных образцов и тестирование их функциональных и потребительских характеристик.

Последующий этап включает в себя постепенный вывод продукта сначала на внутренний рынок для получения информации о возможных недостатках, разрабатывается маркетинговая стратегия как для отечественного рынка, так и для целевого внешнего рынка. После создается система обслуживания и происходит выход на зарубежный рынок. На данном этапе сотрудничество предпринимателя и инновационной структуры заканчивается.

После внедрения подобной структуры в национальную инновационную систему предполагается, что доля товаров/услуг и технологий, которые не являются новыми для рынка сократится с 81% и 79%, как минимум, до 61% и 59% соответственно.

Санкции ─ еще одна проблема, которая в ближайшем будущем станет особенно ощутима для международной предпринимательской деятельности в РФ. Из-за ухода множества иностранных компаний с рынка российские предприниматели терпят огромные убытки. Для нивелирования данных негативных тенденций предлагается:

─ ускорить процессы разработки и внедрения новых технологий;

─ осуществить переориентацию от западных компаний к азиатским и южноамериканским, которые не попадают в санкционные списки;

─ мобилизировать бизнес-процессы;

─ провести рационализацию отделов.

Таким образом, предложенные меры помогут выжить многим российским компаниям, ориентированным не только на внутренний, но и на внешний рынок. В период тотального санкционного давления важно добиться стабилизации бизнес-процессов внутри компании и их быстрой переориентации на другие рынки в целях не только удержания текущей конкурентоспособности продукции на мировом рынке, но и ее повышения.

**АПРОБАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ**

1. Кизим А.А., Гаджимагомедов Ф.К. Особенности управления  
   международными компаниями, осуществляющими предпринимательскую деятельность / А.А. Кизим, Ф.К. Гаджимагомедов // Галактика науки-2022. – 2022.
2. Кизим А.А., Гаджимагомедов Ф.К. Формы международной предпринимательской деятельности / А.А. Кизим, Ф.К. Гаджимагомедов // Экономическое развитие России: точка баланса в мировой экосистеме и инфраструктура будущего. – 2022.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД**

**ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ и планируемые результаты**

Студент \_\_\_\_\_\_\_Гаджимагомедов Ферезулла Киласович\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(фамилия, имя, отчество полностью)*

Направление подготовки (специальности) 38.04.02 Менеджмент, профиль Международный бизнес

Место прохождения практики ФГБОУ ВО КубГУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Срок прохождения практики с «\_23\_\_»\_\_\_\_05\_\_\_\_2022\_\_ г. по «\_05\_\_»\_\_\_06\_\_\_\_2022г.

**Цель практики –** завершение работы над магистерской диссертацией, подготовка к защите.

**ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ**

| № п.п. | Код компетенции | Содержание компетенции (или её части) | Планируемые результаты при прохождении практики |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | ПК-7 | способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада | Подготовка и представление практических предложений и рекомендаций по теме исследования.  Подготовка и представление результатов исследования в виде автореферата диссертации |

Перечень вопросов (заданий, поручений) для прохождения практики

1. Составить автореферат магистерского исследования

Ознакомлен (студент) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Гаджимагомедов Ф.К.

ФИО, подпись

Руководитель практики от университета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(подпись) (расшифровка подписи)*

**Рабочий график (план) проведения практики**:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики | Сроки |
| 1 | Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка | 23.05.2022 |
| 2 | Подготовка и представление практических предложений и рекомендаций по теме исследования. | 24.05.2022 ─ 28.05.2022 |
| 3 | Подготовка и представление результатов исследования в виде автореферата диссертации | 29.05.2022 ─ 03.06.2022 |
| 4 | Оформление отчета по практике и представление научному руководителю | 04.06.2022 ─ 05.06.2022 |

Ознакомлен \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Гаджимагомедов Ф.К.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*подпись студента расшифровка подписи*

«\_23\_» \_мая\_ 2022\_г.

Руководитель практики от университета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(подпись) (расшифровка подписи)*

**ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Направление подготовки (специальности) 38.04.02 Менеджмент, профиль Международный бизнес

Фамилия И.О студента \_\_\_\_\_\_Гаджимагомедов Ф.К.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Курс \_\_\_2\_\_\_\_\_\_\_

Срокт прохождения практики с «\_23\_\_»\_\_\_\_05\_\_\_\_2022\_\_ г. по «\_05\_\_»\_\_\_06\_\_\_\_2022г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Дата | Содержание выполняемых работ | Отметка руководителя практики от профильной организации (подпись) |
| 23.05.2022 | Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка |  |
| 24.05.2022 ─ 28.05.2022 | Подготовка и представление практических предложений и рекомендаций по теме исследования. |  |
| 29.05.2022 ─ 03.06.2022 | Подготовка и представление результатов исследования в виде автореферата диссертации |  |
| 04.06.2022 ─ 05.06.2022 | Оформление отчета по практике и представление научному руководителю |  |

**ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ**

результатов прохождения производственной практики

по направлению подготовки/специальности

38.04.02 Менеджмент, профиль Международный бизнес

Фамилия И.О студента \_\_Гаджимагомедов Ф.К.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Курс \_\_\_\_2\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | ОБЩАЯ ОЦЕНКА  (отмечается руководителем практики от профильной организации) | Оценка | | |
| зачтено | незачтено |
|  | Уровень подготовленности студента к прохождению практики | зачтено |  |
|  | Умение правильно определять и эффективно решать основные задачи | зачтено |  |
|  | Степень самостоятельности при выполнении задания по практике | зачтено |  |
|  | Оценка трудовой дисциплины | зачтено |  |
|  | Соответствие программе практики работ, выполняемых студентом в ходе прохождении практики | зачтено |  |

Руководитель практики от профильной организации\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(подпись) (расшифровка подписи)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРАКТИКИ ИНДИКАТОРЫ КОМПЕТЕНЦИИ  (отмечается руководителем практики от университета) | Оценка | |
| зачтено | незачтено |
|  | ПК-7 способность представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада | зачтено |  |

Руководитель практики от университета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(подпись) (расшифровка подписи)*

Сведения о прохождении инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка

(для профильной организации)

Профильная организация \_\_ ФГБОУ ВО КубГУ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Студент \_\_Гаджимагомедов Ф.К., 24 года\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ФИО, возраст)

Дата \_\_\_\_\_\_23.05.2022\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. **Инструктаж по требованиям охраны труда**

Провел \_\_\_\_\_\_\_ доктор экон. наук, профессор Кизим А.А.\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал \_\_\_\_\_ Гаджимагомедов Ф.К.\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ФИО, подпись студента)

1. **Инструктаж по технике безопасности**

Провел \_\_\_\_ доктор экон. наук, профессор Кизим А.А \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Гаджимагомедов Ф.К\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ФИО, подпись студента)

1. **Инструктаж по пожарной безопасности**

Провел \_\_\_ доктор экон. наук, профессор Кизим А.А \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Гаджимагомедов Ф.К \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ФИО, подпись студента)

**4. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка**

Провел \_\_\_\_\_\_\_\_ доктор экон. наук, профессор Кизим А.А \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал \_\_\_\_\_\_\_\_\_ Гаджимагомедов Ф.К\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ФИО, подпись студента)