

мацией. Компьютерные и информационные вирусы были созданы человеком на основе информации о биологическом вирусе, и используются им для достижения определенных целей. Схожие модели распространения вирусов позволяют решать современные задачи, и информацию, полученную при исследовании биологических систем можно применять для решения задач, которые касаются компьютерных и информационных вирусов. Улучшая при этом качество жизни человека, и преобразуя недостатки в достоинства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вопросы общей вирусологии: учеб. пособие / под ред. О.И. Кисилева, И.Н. Жилинского. – СПб.: СПбГМА им. И.И. Мечникова, 2007. – 374 с.
2. Безруков, Н.Н. Компьютерные вирусы / Н.Н. Безруков – М.: Наука, 1991. – 450 с.
3. Вредоносные программы в компьютерных сетях: учеб. пособие / Ю.М. Монахов, Л.М. Груздева, М.Ю. Монахов. – Владимир: Изд-во Владимир. гос. ун-та, 2010. – 72 с.
4. Вирусный маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-executive.ru/wiki/index.php>. – Дата доступа: 30.04.2020.
5. What is Viral Marketing? Advantages and Examples [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cyberclick.es/numericalblogen/what-is-viral-marketing-advantages-and-examples>. – Дата доступа: 30.04.2020.

УДК 005.95

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ УДАЛЕННОЙ КОМАНДОЙ

*А.А. Максимович, студент группы 10507216 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель И.Г. Разумовская*

Резюме – В данной статье рассматриваются распространенные проблемы управления удаленными командами, а также способы преодоления возникающих перед руководителями трудностей. Актуальность выбранной темы обусловлена существующей ситуацией на мировом рынке труда. Пандемия 2020 года, навсегда изменит то, как мы работаем, и работа из дома станет новой нормой.

Summary – This article discusses the common problems of managing remote teams, as well as ways to overcome the difficulties faced by managers. The relevance of the chosen topic is determined by the existing situation on the world labor market. The 2020 pandemic will forever change the way we work, and working from home will become the new norm.

Введение. Работать «на удаленке» – обычное явление современного мира, но только в 2020 году компании были вынуждены перейти на работу вне своих офисов. В результате некоторые из них были застигнуты врас-

плох. Проблема заключается в том, что управлять удаленной командой может оказаться довольно сложной задачей, особенно если вы хотите вести «бизнес как обычно».

Основная часть. К распространенным трудностям управления удаленной командой можно отнести следующие.

– Общение – это ключ к успеху для большинства команд. Очень важно собрать информацию от всех участников и знать, над чем работает каждый человек. Когда команды работают удаленно, не всегда легко поддерживать открытую коммуникацию. Традиционное общение по электронной почте часто кажется формальным инструментом и не позволяет достаточно быстро и эффективно обмениваться информацией. Один из способов, которым многие удаленные команды преодолевают это, – создание специального места для общения, будь то между сотрудниками одного отдела или фрилансерами, работающими над одним и тем же проектом. Для решения данной проблемы можно использовать внутренний инструмент командной коммуникации, такой как Slack или Zoom, что позволит сделать общение более продуктивным.

– Мониторинг работы и производительности труда. Знаете ли вы, сколько работы выполняет ваша удаленная команда и с какой скоростью? Для многих менеджеров ответ на эти вопросы остается неясным. Менеджерам трудно определить, какое время сотрудники тратят на выполнение поставленных задач. Использует ли сотрудник время, выделенное на решение задачи, полностью или нуждается в дополнительном. Такая ситуация в целом снижает производительность всей команды. По этой причине удаленные менеджеры должны установить способы отслеживания производительности для всех сотрудников. Это может включать в себя настройку метрик для отслеживания количества работы, выполненной за день. Показатели KPI, которые выбираются для оценки производительности удаленных сотрудников, должны соответствовать тем же критериям, что и для сотрудников в офисе. Это гарантирует получение одинаковых результатов, независимо от того, как и где работает ваша команда.

– Корпоративная культура требует времени для развития и включает в себя наем требуемых сотрудников, содействие здоровому общению и привитие этой культуры по всем направлениям. Независимо от того, хотите ли вы создать профессиональную корпоративную культуру или команду, которая известна своей позитивной коммуникацией и энергией, для развития в удаленной команде потребуется больше усилий, чем в офисе. Иногда культура формируется в офисе без особых усилий со стороны владельца или менеджера. Это не относится к удаленным командам. Создание здоровой корпоративной культуры с удаленной командой, которая отражает ценности бизнеса, требует плана, как и любой другой проект или инициатива. Она начинается сверху с того, как менеджер или владелец бизнеса взаимодействует с рабочими. Например, если для развития культуры от-

крытого общения, удаленные члены команды должны иметь возможность общаться со всеми, включая генерального директора, с помощью виртуальной политики «открытых дверей». Если вы хотите, чтобы корпоративная культура способствовала позитивному общению, попробуйте планировать offline встречи, подарочные карты для сотрудников, чтобы они вместе ходили в боулинг или устраивали совместный виртуальный вечер кино.

– Трудности планирования. Для глобальных команд планирование телефонного звонка или видеоконференции довольно сложная задача из-за различных часовых поясов. Чтобы найти время, которое наилучшим образом подходит для всех, необходимо знать, где живут участники и их общее расписание.

Существует ряд доступных в интернете инструментов, которые можно использовать, чтобы упростить планирование вызова, видеоконференции или встречи с удаленными командами. От простого онлайн-опроса до специальных веб-сайтов или иных бесплатных хостов, которые делают процесс планирования встречи менее напряженным.

– Укрепление доверия. Создание доверия является сложной задачей для удаленных менеджеров и членов команды. Менеджеры беспокоятся, что работники не завершат работу, в то время как у сотрудников есть целый ряд проблем, включая то, будут ли они получать зарплату вовремя. Быть открытым со своими сотрудниками один из важнейших инструментов, который поможет построить доверие между руководителями и подчиненными. Менеджерам нужно быть честными со своими сотрудниками в отношении: рабочего времени, проектных ожиданий, ставки оплаты труда, сроков оплаты, рабочей нагрузки.

– Встречи один на один крайне важны для поддержания боевого духа. Хотя это может показаться хлопотным запланировать встречи один на один с каждым членом команды, они заставляют работников чувствовать себя ценными и дают возможность дать обратную связь о результатах работы лично каждому участнику команды. Если эти встречи не запланированы регулярно или их переносят, это может заставить удаленных работников чувствовать себя оторванными от компании и неуверенными в том, где они находятся.

– Личное общение. Одна из лучших составляющих работы с другими людьми – это знакомство с ними лично. Это трудно сделать, когда все живут в разных местах и часовых поясах. Если это возможно, планируйте встречаться с сотрудниками один раз в год, чтобы иметь возможность встречаться с людьми в реальной жизни. Это может быть ежегодная встреча или совместная поездка в экзотическое место.

Заключение. В настоящее время мы видим рост сотрудников, работающих удаленно, а мировые события подталкивают к работе в таком формате как глобальные корпорации, так и маленькие бизнесы. В связи с этим умение управлять удаленной командой станет обязательным навыкам

руководителя. Безусловно, существует много проблем, связанных с управлением удаленной командой, но несомненно, они могут быть преодолены довольно легко путем внедрения усовершенствованных мероприятий по созданию команды, использования современных средств коммуникации, а также использования новых методов мониторинга процессов проекта. Работа и эффективное управление удаленными работниками не должны быть хлопотной или трудоемкой задачей. Если все организовано должным образом, то ваши сотрудники могут стать самым ценным активом компании, а глобальные перемены – условием ее успеха.

ЛИТЕРАТУРА

1. Sutherland, L. Work Together Anywhere / L. Sutherland, K. Janene-Nelson. – The Netherlands: Collaboration Superpowers, 2018. – 410 p.
2. Fried, J. Office Not Required/ J. Fried, D. H. Hansson. – New South Wales: Currency, 2013. – 256 p.

УДК 659.3

ОЦЕНКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ И УСЛУГ

*М.И. Мармыш, студент группы 10507119 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Л.В. Гринцевич*

Резюме – Данная тема очень актуальна в современном мире. Почти все люди на планете используют интернет, а также социальные сети и различные видеохостинги. Неудивительно, что сейчас там можно встретить большое количество рекламы. Эффективна ли она? Попробуем это выяснить.

Summary – This topic is very relevant in the modern world. Almost all people on the planet use the Internet, as well as social networks and various video hosting sites. It is not surprising that now you can find a large amount of advertising there. Is it effective? Try to raise it.

Введение. В век развития интернета и технологий реклама в газетах или по телевидению стала менее актуальной. Люди стали активно продвигать свой товар в интернете. Большая часть рекламы в интернете находится в социальных сетях, потому что аудитория, в которой заинтересованы рекламодатели, часто использует их. В зависимости от категории клиентов, для которой создавались продукция и услуги, производители размещают рекламу в группах, у видеоблогеров с похожей тематикой. С помощью анализа мы выясним, эффективен ли данный метод на практике.

Основная часть. На сегодняшний день маркетинг в социальных сетях очень развит. По данным исследования *TNS Web Index*, почти 98 % молодежи 18–24 лет пользуется социальными сетями, 86 % людей 24–36 лет. И