

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении Всероссийского конкурса

«Узнай Россию: предприниматели-земляки»

(ред. 15.10.2022)

1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет цель, задачи, категории участников, сроки, порядок и правила проведения Всероссийского конкурса «Узнай Россию: предприниматели - земляки» (далее – Конкурс).

1.2. Организаторами Конкурса являются:

- Общероссийская Ассоциация почётных граждан, наставников и талантливой молодежи (далее – Оператор проекта);

- АНО «Научный центр социально-экономического развития малых городов и сельских поселений»;

- член Общественной палаты Российской Федерации Леонид Александрович Шафиров.

1.3. Общее руководство подготовкой и проведением Конкурса осуществляет Организационный комитет Конкурса (далее – Оргкомитет).

1.3.1. В задачи Оргкомитета входит:

- подготовка и проведение Конкурса;

- привлечение партнёров;

- взаимодействие с участниками Конкурса;

- определение состава жюри Конкурса (далее – Жюри).

1.4. Официальная информация о Конкурсе и ходе его реализации размещается на сайте www.glory-gallery.ru.

1.5. Территория проведения Конкурса – Российская Федерация.

1.6. Официальным языком Конкурса является русский язык.

1.7. Участие в Конкурсе является бесплатным, взимание организационных взносов не предусмотрено.

2. Цель и задачи Конкурса

2.1. Цель Конкурса: развитие молодёжного предпринимательства посредством формирования у школьников и студентов предпринимательского, критического и

креативного мышления, побуждения интереса к предпринимательской деятельности, формирования социальных связей между предпринимателями и молодёжью, популяризации деятельности предпринимателей и их роли в развитии местных сообществ.

2.2. Задачами проведения Конкурса являются:

- оказание содействия сотрудникам организаций инфраструктуры развития предпринимательства, а также преподавателям обществознания, экономики, основ предпринимательства, истории и географии в получении и анализе такой информации о деятельности предпринимателей – земляков, которая может быть использована при проведении образовательных и просветительских, в том числе профориентационных мероприятий;

- развитие у участников Конкурса навыков решения проблемных ситуаций в бизнесе, получение ими компетенций в сфере предпринимательской деятельности;

- выявление, поощрение и популяризация опыта предпринимателей-земляков, их участия в развитии местных сообществ;

- выявление, поощрение и популяризация лучших журналистских и юнкорских работ, посвящённым опыту предпринимателей – земляков;

- выявление, поощрение и популяризация лучших педагогических и исследовательских практик изучения опыта предпринимателей – земляков.

2.3. Проведение Конкурса основывается на реализации следующих принципов:

- открытость;

- доступность;

- равенство возможностей всех участников;

- применение критериального подхода к оцениванию конкурсных работ.

3. Термины

3.1. Кейс – аналитический материал, основанный на бизнес-ситуациях (реальных фактах и событиях в предпринимательской деятельности), содержащий решение проблемной бизнес-ситуации.

3.2. Исследовательская работа – проведённое участником Конкурса исследование бизнес-ситуаций, информация о которых представлена на Конкурс.

3.3. Решение бизнес-кейса – нахождение одного из возможных вариантов решения проблемной бизнес-ситуации.

4. Участники Конкурса

4.1. Участниками Конкурса могут быть граждане, относящиеся к следующим категориям (далее – участники или участник):

- школьники;
- студенты образовательных организаций высшего образования (далее - вуз);
- студенты профессиональных образовательных организаций (далее - ссуз);
- наставники, преподаватели, учителя и родители несовершеннолетних участников;
- преподаватели обществознания, экономики, основ предпринимательства, истории, географии;
- журналисты, сотрудники пресс-служб, блогеры, юнкоры, непрофессиональные авторы;
- предприниматели – наставники;
- сотрудники организаций инфраструктуры развития предпринимательства.

4.2. В Конкурсе возможно как индивидуальное участие, так и участие в составе команд, численность каждой из которых - не более 5 человек.

4.3. Заявки на участие в Конкурсе участники подают, заполняя заявление по ссылке <https://forms.gle/HFhM158qD5A2p51c8>

Конкурсную работу необходимо загрузить на файлообменник (Яндекс-Диск или Гугл-Диск) и привести соответствующую ссылку на файлообменник в поле заявки.

5. Конкурсные направления, номинации, срок и порядок предоставления работ на Конкурс

5.1. Конкурс проводится по пяти направлениям:

Первое конкурсное направление – Конкурс авторов ситуационных задач, основанных на опыте предпринимателей-земляков (далее – Конкурс авторов бизнес-задач (кейсов).

Номинации:

- «Предприниматель – земляк – современник»;
- «Предприниматель – земляк – герой истории бизнеса».

Возможные формы конкурсных работ:

- текстовый материал (.pdf или .docx) объемом до 4 страниц Times New Roman, кегль 14;
- видеоролик (не более 7 минут);
- презентация (не более 20 слайдов).

Конкурсная работа должна содержать достоверную информацию, в подтверждение чего в материалах конкурсной работы должны быть приведены ссылки на публикации в СМИ, на сайтах, в научных журналах, а также должны быть указаны фамилии, имена и отчества, контактная информация представителей бизнеса, на основании интервью с которыми была составлена ситуационная задача.

Рекомендуемая структура конкурсной работы – Приложение № 1.

Второе конкурсное направление – Конкурс вопросов, основанных на опыте предпринимателей-земляков.

На конкурс принимаются вопросы о предпринимателях прошлого и настоящего.

Тематика (предметные области) вопросов:

- деятельность предпринимателей в прошлом и (или) настоящем, их роль в развитии местных сообществ;

- аналитические инструменты (научные и управленческие подходы) менеджмента, которыми руководствовались (могли руководствоваться) предприниматели прошлого и настоящего при принятии управленческих решений, или которые уместно применить при анализе деятельности предпринимателей¹.

Возможные формы конкурсных работ:

- текстовый вопрос;
- видеовопрос.

Вопрос, представляемый на конкурс, должен быть понятно сформулирован, предполагать однозначный лаконичный ответ, состоящий из не более чем трех слов.

Продолжительность видеовопроса - не более одной минуты. Вопрос должен быть хорошо слышен (желательно – записан в помещении, чтобы рядом не было посторонних шумов; если вопрос требует съёмки на улице, то для записи выбирается тихое и защищенное от ветра и иных посторонних звуков место).

Вопросы должны быть предоставлены на Конкурс в строгом соответствии с требованиями, указанными в Приложении № 2 к Положению.

Вопросы, представленные участниками, могут быть использованы для проведения викторин и иных мероприятий в рамках Конкурса.

Третье конкурсное направление – Конкурс авторов публикаций о предпринимателях в СМИ и блогах (далее – Конкурс публикаций).

¹ Примерный перечень данных аналитических инструментов и подходов:
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Анализ_пяти_сил_Портера
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Экологическое_социальн.
- <https://ru.wikipedia.org/wiki/PEST-анализ>
- <https://ru.wikipedia.org/wiki/SWOT-анализ>
- <https://ru.wikipedia.org/wiki/SNW-анализ>
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Модель_3С
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Матрица_БКГ
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Матрица_General_Electric
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Матрица_Ансоффа
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Диаграмма_Исикавы
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория_4Р
- <https://netology.ru/blog/karty-empatii-v-marketinge>

Конкурс проводится среди журналистов, специалистов пресс-служб, юнкоров и блогеров на соискание премий за создание наиболее талантливых и актуальных материалов, освещающих деятельность предпринимателей в прошлом и (или) настоящем, их роль в развитии местных сообществ.

На Конкурс представляются материалы, опубликованные в период с 1 января 2016 г.

Материалы, представленные на Конкурс публикаций, должны быть основаны на реальных фактах и событиях. Представленные материалы не должны носить коммерческий характер.

Номинации:

- «Лучшая публикация в печатных СМИ»;
- «Лучшая публикация в интернет-СМИ, блоге, в группе в социальной сети с количеством читателей более 3000 человек в день»;
- «Лучший видео-, радиоматериал»;
- «Лучший материал юнкора»;
- «Лучшая публикация в интернет-СМИ, блоге, в группе в социальной сети с количеством читателей менее 3000 человек в день»;
- «Лучший материал пресс-службы».

Список и количество номинаций могут быть изменены по решению Оргкомитета.

Четвёртое направление – Конкурс бизнес-аналитиков – исследователей опыта предпринимателей-земляков, информация о которых поступила на конкурс в виде бизнес-задач, вопросов и (или) публикаций².

² Исследовательская работа может быть основана на анализе информации о деятельности предпринимателя, содержащихся в конкурсных работах участника Конкурса, представленных по другим направлениям.

Конкурсная заявка должна содержать ссылку на бизнес-задачу, в т.ч. опубликованную Оргкомитетом в социальных сетях и/или на канале проекта «УЗНАЙ РОССИЮ».

Ознакомиться с данной информацией возможно на следующих ресурсах:

в группах в социальных сетях:

<https://vk.com/glorygallery>,

<https://www.facebook.com/knowrussia1>;

на Ютуб-канале проекта «УЗНАЙ РОССИЮ»

<https://youtube.com/playlist?list=PLfTgH2yDknOXFRaY9s5sQvuNiZvmZUJRS>.

Участник конкурса вправе использовать иную достоверную информацию о представителях бизнеса. В подтверждение этого в материалах конкурсной заявки должны быть приведены дополнительные ссылки на публикации в СМИ, в печатных изданиях, на сайты, а также должны быть указаны фамилии, имена и отчества, контактная информация представителей бизнеса, интервью с которыми использовалось при подготовке конкурсной работы.

На конкурс принимаются исследовательские работы, в рамках которых используются аналитические инструменты (научные и управленческие подходы) менеджмента, в том числе - следующие:

- https://ru.wikipedia.org/wiki/Анализ_пяти_сил_Портера
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Экологическое,_социальн..
- <https://ru.wikipedia.org/wiki/PEST-анализ>
- <https://ru.wikipedia.org/wiki/SWOT-анализ>
- <https://ru.wikipedia.org/wiki/SNW-анализ>
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Модель_3С
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Матрица_БКГ
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Матрица_General_Electric
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Матрица_Ансоффа
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Диаграмма_Исикавы
- https://ru.wikipedia.org/wiki/Теория_4P
- <https://netology.ru/blog/karty-empatii-v-marketinge>
-

Возможные формы исследовательских работ:

- текстовый материал (.pdf или .docx) объемом до 4 страниц Times New Roman, кегль 14;
- видеоролик (не более 7 минут);
- презентация (не более 10 слайдов).

Срок представления конкурсных работ по направлениям 1-4 -
с 1 февраля 2022 года по 30 декабря 2022 года.

Форма проведения Конкурса - заочная.

Пятое направление - Конкурс бизнес-аналитиков по решению бизнес-кейсов (далее – Кейс-чемпионат).

Регистрация для участия в Кейс-чемпионате открывается за 3 недели до начала мероприятия по ссылке, опубликованной на сайте оператора проекта www.glory-gallery.com

Форма проведения Кейс-чемпионата – очно-заочная.

За три дня до даты проведения Кейс-чемпионата на сайте Оператора проекта www.glory-gallery.ru в группах Оператора проекта в социальных сетях (<https://vk.com/glorygallery>, <https://www.facebook.com/groups/glorygallery>) будут опубликованы открытые источники для подготовки к Кейс-чемпионату.

5.2. Участники Конкурса могут принимать участие в одном или в нескольких конкурсных направлениях, представлять конкурсные работы по одной или нескольким номинациям.

6. Конкурс авторов бизнес-задач (кейсов): критерии оценки

Оценка осуществляется на основании следующих критериев:

- достоверность информации, изложенной в бизнес-задаче (кейсе);
- инновационность и уникальность решения предпринимателем-земляком бизнес-проблем;
- социальная значимость деятельности предпринимателя-земляка;
- качество визуального материала (читабельность, качество звука и видео, наличие фотографий);
- выявление автором бизнес-задачи (кейса) проблемной ситуации в исследуемом бизнесе;
- верность предлагаемого автором кейса решения проблемной бизнес-ситуации;
- обоснованность предлагаемого автором бизнес-задачи (кейса) решения проблемной бизнес-ситуации, ссылки на использованные аналитические инструменты (научные и управленческие подходы).

7. Конкурс вопросов: критерии оценки

Оценка осуществляется на основании следующих критериев:

- актуальность и значимость темы, связанной с проблематикой Конкурса;
- структура и логика;
- содержательность и глубина раскрытия темы;
- оригинальность подачи материала;
- выразительность, точность и доходчивость подачи материала;
- объективность и достоверность;
- авторский стиль и языковая культура.

8. Конкурс публикаций: критерии оценки

Оценка осуществляется на основании следующих критериев:

- актуальность и значимость темы, связанной с проблематикой Конкурса;
- аргументированность и глубина раскрытия темы;

- оригинальность раскрытия темы;
- выразительность, точность и доходчивость подачи материала;
- объективность и достоверность;
- авторский стиль и языковая культура.

При оценке материалов, опубликованных в электронных СМИ и блогах, а также в группах в социальных сетях, дополнительно учитывается количество и содержание просмотров и комментариев.

9. Конкурс бизнес-аналитиков: критерии оценки

Оценка осуществляется на основании следующих критериев:

Оценка осуществляется на основании следующих критериев:

- соответствие задаче;
- широта анализа;
- глубина анализа;
- обоснованность применения инструментов научных и управленческих подходов при анализе проблемной бизнес-ситуации и при обосновании предложенного решения;
- структура и логика;
- качество визуального материала (читабельность, наличие фотографий и схем).

10. Кейс-чемпионат: критерии оценки

Оценка осуществляется на основании следующих критериев:

- степень полноты и правильность решения;
- аргументированность выводов;
- научно-теоретическая обоснованность предлагаемого решения.

11. Определение победителей и призёров

11.1. Конкурсные работы оцениваются по 5-балльной системе по каждому из критериев.

11.2. Победители и призёры определяются решением жюри.

11.3. Промежуточные итоги **Конкурса по направлениям 1-4** подводятся ежемесячно, в последний день месяца. Победители награждаются дипломом «Лидер месяца» и денежным призом.

В случае непредставления на конкурс работ в рамках направления или номинации, а также при представлении только одной конкурсной работы в направлении или номинации, по данному направлению или номинации промежуточные итоги не подводятся.

11.4. Победители и призеры Конкурса будут определены и объявлены в ноябре 2022 года.

11.5. Победители и призёры награждаются денежными призами и (или) дипломами.

11.6. Общий призовой фонд Конкурса - 400 тысяч рублей.

Организаторы Конкурса вправе определить возрастные категории и перераспределить призовой фонд, а также учредить дополнительные призы.

11.7. Всем участники Конкурса, при заполнении конкурсной заявки указавшим заинтересованность в получении сертификатов участия, электронные сертификаты участников будут направлены по адресам их электронной почты.

11.8. Информация о победителях и призёрах Конкурса публикуется на сайте www.glory-gallery.ru.

12. Дополнительные условия

12.1. Представленные на Конкурс материалы не рецензируются, возврату и оплате не подлежат.

12.2. Ответственность за соблюдение авторских прав на представленные на Конкурс материалы несёт участник. Представляя на Конкурс публикацию, участник подтверждает право организаторов Конкурса использовать данную публикацию в некоммерческих целях в соответствии с целями Конкурса.

12.3. Представленные участниками Конкурсов материалы могут быть использованы другими участниками Конкурсов в целях переработки и анализа, а также Организаторами публикаций или для проведения иных мероприятий.

13. Контакты

13.1. Адрес электронной почты Оргкомитета - glory-gallery@mail.ru.

13.2. Координаторы проведения Конкурса:

- Лариса Анатольевна Луценко – 8 928 161 45 75,
- Зинаида Петровна Болотова – 8 928 158 51 41.

Рекомендуемая структура конкурсной работы для авторов бизнес-задач (Направление1)

<i>Раздел/ слайд</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Пример 1</i>	<i>Пример 2</i>	<i>Пример 3</i>
1.	Номинация	«Предприниматель – земляк – герой истории бизнеса».	«Предприниматель – земляк – современник»	«Предприниматель – земляк – современник»
2.	Название кейса	«Как купец Парамонов стал главным купцом Ростова-на-Дону и обошёл своих конкурентов»	«Кризис как точка роста»	В интересах жителей шахтёрских территорий: история спасения банковских вкладов
3.	Информация о земляке-предпринимателе (не более 300 символов)	Елпидифор Трофимович Парамонов – донской купец в XIX веке, занимающийся переработкой зерна. Для развития дела приобрел мельницу, пароходы, несколько угольных шахт.	«Глория Джинс»- советская и российская компания, специализирующаяся на производстве и торговле одеждой, обувью и аксессуарами для детей для всей семьи под брендом «Gloria Jeans». Первый кооператив Gloria Jeans был открыт в 1988 году (29 сентября). Его основателем,	В начале 90-х годов качество работы региональных банков было неудовлетворительным: задерживались платежи, долго не зачислялись на счета поступившие суммы, сложно было получить кредиты. В 1993 году в шахтёрском городе Гуково по инициативе

			<p>председателем, постоянным и несменным генеральным директором стал Мельников Владимир Владимирович. В скором времени было приобретено два производства (в Новошахтинске и Батайске). Брендочая одежда Gloria Глория Джинс по низким ценам сразу начала пользоваться спросом среди россиян, компания заслужила немало положительных отзывов от покупателей, партнеров и росла с каждым днем. Источнич статьи: https://gloriya-jeans.ru</p>	<p>руководства «Гуковугля» (генеральный директор Лазченко К.Н. директор по экономике Балабан А.А., начальник финотдела Калюжный Ю.В.) был открыт филиал Геолбанка (директор филиала – Л.И. Клочко). Главной задачей филиала было обеспечить качественное расчётно-кассовое обслуживание и кредитование градообразующего предприятия ОАО «Гуковуголь» и его сотрудников.</p> <p>Филиал «Геолбанка» в городе Гуково смог обеспечить доступ клиентов – организаций и граждан к заёмным средствам, а также содействовали внедрению новых вексельных форм расчетов в ОАО "Гуковуголь", ОАО "Обуховская", ОАО "Ростовшахтострой". Когда все счета угольных предприятий были</p>
--	--	--	--	---

				заблокированы многомиллиардными картотеками, и не было возможности выплатить заработную плату даже за счет скудных поступлений на счета, команда гуковских финансистов совместно с Терркомом угольщиков предложила активизировать работу комиссий по трудовым спорам на предприятиях Гуковугля для того, чтобы, исполняя решения этих комиссий, выплачивать заработную плату, минуя картотеки неоплаченных документов.
4.	Сфера деятельности	Переработка зерна, производство муки	Производство и торговля одеждой и обувью	Финансовые услуги
5.	Какую пользу предпринимат ель оказал городу (населенному пункту) через свое дело	<ol style="list-style-type: none"> 1. Строительство бесплатных домов для рабочих. 2. Выплата пособий рабочим-инвалидам. 3. Повышение престижа донских продуктов: 	Создание рабочих мест	Обеспечение доступа к кредитным ресурсам для жителей и бизнеса шахтёрских территорий, выплата заработной платы работникам угледобывающих предприятий, снижение

		<p>- парамоновская мука экспортировалась в Италию, Германию, Турцию и др.,</p> <p>- Золотая медаль на сельскохозяйственной выставке в Париже.</p>		социальной напряженности.
6.	Какую пользу предприниматель оказал городу (населенному пункту) напрямую	<ol style="list-style-type: none"> 1. Открыл городскую лечебницу для душевнобольных в Нахичеванском переулке (первая в городе). 2. Благотворительная помощь в строительстве общегородской клиники (старые корпуса РостГМУ). 3. Стипендии для одаренных детей. 	<p>Благотворительный фонд имени Святой великомученицы Анастасии Узорешительницы был основан компанией Глория Джинс в 2003 году. Фонд ежедневно оказывает помощь людям, которые попали в трудную жизненную ситуацию.</p> <p>Сайт фонда - https://blfond.ru/</p>	
7.	<p>Пример решения бизнес-кейсов/проблемы (максимум – 5 кейсов, которые решил предприниматель)</p>	<p>Проблема: пожар на мельнице в 1896 г.</p> <p>Решение: Парамонов нашёл в этом возможность построить новую мельницу, оснащённую всеми передовыми технологиями, и способную работать на больших мощностях. Строительство 6-этажного корпуса с</p>	<p>Проблема:</p> <p>Падение платежеспособного спроса в период кризиса 2008-2009 годов (падение российского рынка одежды в 2009 году составило, по данным АПРИМ, 40%). Несмотря на ослабление рубля, конкуренция со стороны менее качественных товаров из Китая и Турции оказывала</p>	<p>Проблема:</p> <p>В 1994 году у головного Геолбанка в Москве возникли финансовые проблемы. Возник риск их решения за счёт средств гуковских вкладчиков.</p> <p>Решение:</p> <p>Команда гуковских финансистов при содействии</p>

<p>тель)</p>	<p>современным оборудованием. Новая мельница была способна перерабатывать до 100 тонн зерна в сутки.</p> <p>Проблема: высокие затраты на оплату товаров и услуг, необходимых для переработки зерна.</p> <p>Решение: приобретение собственных пароходов (для перевозки зерна), собственных шахт (добыча угля для обеспечения судоходства).</p> <p>Проблема: конкуренция с судовладельцем Кошкиным (пассажирские пароходы из Ростова в Азов).</p> <p>Решение: повышение качества обслуживания (введение элементов сервиса): пассажирам стали предлагать чай и бутерброды с икрой (рыбу ловили прямо по ходу движения парохода).</p>	<p>давление на цены, а потребитель уже не мог себе позволить платить столько же, сколько до кризиса.</p> <p>Решение: Чтобы продолжать расти на фоне падающего спроса, директор решает снизить цены на продукцию на 30%. При этом, для поддержания маржинальности компания сделала акцент на повышении эффективности и снижении затрат:</p> <p>Заккрытие представительств: 21 региональное представительство закрыли, оставив только семь ключевых. При этом увеличили число торговых представителей со 120 до 250: они находили новых покупателей и рассказывали им о преимуществах продукции. Заккрытие представительств дало около восьми миллионов долларов экономии.</p> <p>Оптимизация затрат на персонал: многих сотрудников</p>	<p>руководителя Главного управления Банка России по Ростовской области В.Н. Баско и руководства «Гуковугля» сумела за одну ночь спасти средства всех своих более 5000 клиентов. Перевели все активы и пассивы геолбанковского филиала в структуру «Ростовсоцбанка» (РСБ), фактически реорганизовав подразделение «Геолбанка» в филиал «Ростовсоцбанка». Только через много лет примерно такой способ начнёт применять Банк России для спасения средств вкладчиков банков-банкротов.</p> <p>А коллективу сотрудников гуковского филиала «Ростовсоцбанка» в 1997-1998 годах придётся еще раз спасать средства своих клиентов. Это будет сложнее, закончится успешно. Данная история – предмет другого кейса.</p>
--------------	---	---	--

			<p>из числа вспомогательного персонала, перевели на производство; разработали и внедрили систему индивидуальной мотивации. Консультанты помогли наладить систему управления персоналом в магазине – в результате экономия на зарплате достигла 40% (100 миллионов рублей).</p> <p>Однако оптимизацией дело не ограничилось. Менеджмент решил использовать кризис для захвата рынка и инвестировал в развитие собственной сети и локализацию производства.</p> <p>Развитие розничной сети: в 2009 году компания принимает стратегическое решение отказаться от опта и франчайзинга, чтобы сконцентрироваться на развитии собственной розничной сети, которая позволит контролировать развитие бренда и ценообразование. Кроме того, в кризис освободились очень привлекательные, цена аренды</p>	
--	--	--	--	--

			<p>упала в среднем на 20%.</p> <p>Локализация производства: часть производства из Китая и Бангладеш перенесли в Россию. В связи с ослаблением рубля средняя зарплата в долларовом выражении упала с 500 до 250 долларов, что и позволило снизить цену на продукцию на 30%.</p> <p>Результат «Глория Джинс» не только с триумфом преодолела кризис, но и почти в 2 раза увеличила долю рынка и заложила базу для дальнейшего роста. В 2009 г. выручка «Глории Джинс» выросла на 21%, до 6,3 млрд рублей, а EBITDA удвоилась – до 1,4 млрд рублей.</p> <p>Еще через год компания получила 9 млрд рублей и 2,3 млрд рублей соответственно.</p>	
8 ³ .	Научный или			

³ Заполняется по желанию участника

	<p>управленческий подход (инструмент), использованный при анализе бизнес-ситуации, при разработке решения бизнес-кейса</p>			
8.	<p>Источники информации</p>	<p>https://ru.wikipedia.org/wiki/Парамонов,_Елпидифор_Трофимович</p> <p>https://rostov.dk.ru/news/geniy-milliarder-starover-filantrop-kak-paramonov-biznes-delal-236944095</p>	<p>https://www.retail.ru/articles/keys-gloria-jeans-vyzhit-v-krizis/</p> <p>https://www.forbes.ru/kompanii/potrebitejskii-rynok/246238-value-money-kak-rostovskii-predprinimatel-sozdal-set-gloriya-dz</p> <p>https://expertsouth.ru/articles/vladimir-melnikov-dzhinsovyi-korol-iz-shakhtyevskikh-territoriy/?sphrase_id=1387023</p>	<p>https://finance-times.ru/bank/contributions/ISTORIJA-USPEHA:TYSIACHISPASENNYHBANKOVSKIHVKLADOVZHITELI-DONSKOGOKRAIA.html</p> <p>https://econ.sfedu.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=226:intervyu-s-oksanoj-chadaevoj-rukovoditelem-uchrezhdeniya-donskogo-narodnogo-banka&Itemid=1069</p> <p>https://expert.ru/south/2007/01/banki/</p> <p>https://econ.sfedu.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=225:intervyu-s-alekseem-bobkinym-direktorom-filiala-rostovskij-otpbanka&Itemid=1069</p> <p>https://docs.google.com/file/d/0B1it29FbYQGgY2E4R19yVGdYR0U/edit?re</p>

				<p>sourcekey=0-uA6ibwQhXAYLQLgtgrYjZQ («Город N», № 537 «Леонид Шафиров: Надо предлагать людям как можно больше инструментов, чтобы они сами могли решать свои проблемы»)</p> <p>Газета «Жизнь», № 84 от 17.05. 2006 https://docs.google.com/file/d/0B1it29FbYGOgSTdjdVQ3Qy1xUGs/edit?resourcetype=0-I8S0ftxqxIKKrhEK120bLQ</p> <p>https://bankir.ru/publikacii/20140127/leonid-shafirov-poka-dokazat-unikalnost-i-poleznost-regionalnoi-bankovskoi-sistemy-my-ne-smogli-10004521/</p> <p>http://nbj.ru/publs/banki-i-biznes/2006/08/04/archive-publ-10605/index.html</p>
9.	Дополнительная информация	<i>Ссылки на подтверждающие материалы, фотографии.</i>	<i>Ссылки на подтверждающие материалы, фотографии.</i>	<i>Ссылки на подтверждающие материалы, фотографии.</i>
10.	Контакты участника конкурса	<i>Название команды Состав участников (ФИО) Муниципалитет Регион Контактный телефон Электронная почта</i>	<i>Название команды Состав участников (ФИО) Муниципалитет Регион Контактный телефон Электронная почта</i>	<i>Название команды Состав участников (ФИО) Муниципалитет Регион Контактный телефон Электронная почта</i>

Требования к форме предоставления вопросов для участия в конкурсе

(Направление 2)

1	Бизнес-задача	Название и ссылка на бизнес-задачу, опубликованную Оргкомитетом в социальных сетях и/или на канале проекта УЗНАЙ РОССИЮ	УЗНАЙ РОССИЮ. НАЧНИ С ДОНСКОГО БИЗНЕСА - Инна Салибекова, салоны красоты D2terminal и сеть школ для парикмахеров https://youtu.be/8ejSuVdMfqk
2	Текст вопроса	Краткое описание кейса, конкретный вопрос. Возможны предметные вопросы (демонстрация предмета) и видеовопросы (изображение на экране). В этом случае необходимо предоставлять соответствующие предмет или изображение	<p>Если Вы, как максимум, хотите научиться парикмахерскому делу, а, как минимум, иметь потрясающую прическу, при этом живете в Ростове-на-Дону, то Вам повезло: здесь работает чемпион Европы по окрашиванию, чемпион России по стрижкам Инна Салибекова.</p> <p>Она наставник начинающих мастеров, успешный предприниматель.</p> <p>При развитии бизнеса Инна Салибекова столкнулась с рядом проблем, среди которых:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проблема, связанная с дефицитом кадров, которую Инна решала путём развития внутрикорпоративной системы наставничества, создания школы парикмахерского искусства, повышения квалификации преподавателей; - проблема, связанная с тем, что поначалу мастера не оприходовали часть выручки в кассу организации, что было решено после внедрения системы видеомониторинга и путём применения метода «тайный покупатель».

			<p>Инна Салибекова выявляла препятствия для развития её компании, принимала верные управленческие решения, которые позволили ей преодолеть эти «слабости» компании.</p> <p>Какой метод стратегического планирования следует применять при анализе таких бизнес-ситуаций?</p>
3	<p>Аналитические инструменты (научные и управленческие подходы) менеджмента, которыми руководствовалась (могли руководствоваться) предприниматели прошлого и настоящего при принятии управленческих решений</p>	<p>Название инструмента и ссылка на источник информации о нём</p>	<p>SWOT- анализ — <u>метод стратегического планирования</u>, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации.</p> <p>https://ru.wikipedia.org/wiki/SWOT-анализ</p>
4	<p>Ответ</p>	<p>Правильный ответ на вопрос. Он должен быть <u>максимально коротким и однозначным</u>. Участники вписывают его в бланк, на это отводится 30 сек.</p>	<p>SWOT- анализ</p>
5	<p>Зачет</p>	<p>Указать, в каком случае ответ считается верным: по смыслу или с точная формулировка (вплоть до падежа),</p>	<p>SWOT- анализ</p>

		полнота имени (ФИО или только фамилия и т.п.)	
6	Комментарий	<p>Приводится расширенный ответ-комментарий. Его озвучивает ведущий после того, как участники сдадут бланки ответов. Может содержаться дополнительная информация, полезная для участников. Но при этом объем комментария остается небольшим – до 7 предложений. При необходимости необходимые изображения могут выводиться на экран (например, формулы)</p>	<p>В бизнес-задаче рассматриваются факторы внутренней среды бизнеса Инны Салибековой: её слабые и сильные стороны, описано, как предприниматель боролась со «узкими» местами.</p>
8	Дополнительные источники	<p>ОБЯЗАТЕЛЬНО – прямую ссылку на ОТКРЫТЫЙ источник и название материала</p>	<p>https://elibrary.ru/item.asp?id=44180224 - Роль стандартизации процессов в построении конкурентоспособного бренда на рынке beauty услуг. Magyar Tudományos Journal. 2020. № 43 (43). С. 21-26.</p>