

3. Мариев О. С. Моделирование влияния внешних сигналов на возникновение банковского кризиса в современных условиях// Менеджмент в России и за рубежом. – 2012. - № 3. – С. 38-43.
4. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

**УДК 658.6**

*Е. А. Криулин,*

студент,

Уральский федеральный университет,

Екатеринбург, Россия

### **КОММУНИКАЦИИ С ВНЕШНЕЙ СРЕДОЙ В МАЛОМ И СРЕДНЕМ БИЗНЕСЕ**

**Аннотация.** В статье рассказывается о том, как информационная политика и коммуникации с внешней средой влияют на бизнес сегодня. В 21 веке предприниматели должны понимать, что информация оказывает огромное влияние на ведение их бизнеса. То, как предприятие работает с информацией, обрабатывает информацию и как доносит ее до целевых групп, в значительной мере определяет его репутацию, имидж, продажи и успех на рынке. В связи с этим одной из главных целей предпринимателей сегодня является формирование и отладка коммуникационной системы организации.

**Ключевые слова:** информация, бизнес, коммуникации, имидж. Репутация, СМИ

*E. Kriulin,*

student,

Ural Federal University,

Yekaterinburg, Russia

### **COMMUNACATIONS WITH EXTERNAL ENVIRONMENT IN SMALL AND MEDIUM BUSINESS**

**Abstract.** The article explains how information policy and communications communication with external environment affect on business today. In 21th century entrepreneurs should understand that information has a huge impact on their activity. The way the company works with information, process information, and how it communicates with the target groups, largely determines reputation, image, sales and market success of business. In this regard, one of the main purposes of business today is developing and debugging communication system of organization.

**Keywords:** information, business, communications, reputation, mass media

В 21 веке предприниматели должны понимать, что информация оказывает огромное влияние на ведение их бизнеса. То, как предприятие работает с информацией, обрабатывает информацию и как доносит ее до целевых групп, в значительной мере определяет его репутацию, имидж, продажи и успех на рынке.

Все коммуникации можно поделить на два типа: внешние и внутренние. Из названий следует, что внешние коммуникации происходят между организацией и ее макро- и микросредой, а внутренние обеспечивают циркулирование информации внутри самой организации.

Среди ярких примеров внешних коммуникаций: общение с клиентами и донесение до них информации посредством рекламы, взаимодействие со СМИ, взаимодействие с конкурентами, взаимодействие с государством и всеми его службами, взаимодействие с

внешними партнерами и поиск потенциальных сотрудников.

Не менее обширна область и внутреннего циркулирования информации. Здесь взаимодействие начальства с сотрудниками, определение обязанностей, постановка целей и задач, контроль за их выполнением, связь между отделами, взаимодействие с инвесторами и акционерами.

Как видно из примеров выше, обмен информацией включен как важнейшее звено во все виды деятельности организации, следовательно, если коммуникационные связи (как внутренние, так и внешние) не существуют, не действуют или действуют неправильно, это отрицательно сказывается на функционировании всей организации.

В связи с этим одной из главных целей предпринимателей сегодня является формирование и отладка коммуникационной системы предприятия. Ведь там, где недостаточно информации от компании, там, где люди не получают ответа, всегда появляются догадки, сплетни и слухи.

Решение проблемы внешних коммуникаций может состоять из нескольких шагов. Во-первых, если организация насчитывает достаточно большое количество сотрудников, правильным решением будет составить корпоративную информационную политику. Это документ, который содержит правила раскрытия и донесения информации, регламентирует инструменты и механики контактирования, а также определяет, что можно говорить, а что нельзя.

Во-вторых, следует определить, кто имеет право говорить и давать заявления от лица компании и комментировать происходящие события в публичных пространствах (в СМИ, на интервью, на конференциях и т.п.). Не каждый человек обладает даром речи и обладает полной картиной всего происходящего в компании. Сегодня люди, имеющие право представлять компанию в публичном пространстве, называются внешними спикерами.

В-третьих, должен быть определен принцип мониторинга и обработки информации: как компания реагирует на внешние высказывания о ней? А реагировать нужно обязательно иначе, как уже было сказано выше, информационное пространство заполнится догадками и слухами.

Сегодня хорошим способом формирования имиджа и репутации является ведение корпоративного блога, откуда любой желающий может узнать передовые новости о компании. В 21 веке современные компании стремятся к открытости перед внешним миром, поэтому формируют сообщества в социальных сетях и даже открывают каналы на видеоресурсах. Эти инструменты помогают создать положительный образ организации в глазах клиентов, сотрудников и потенциальных партнеров. Ключевой момент - не стоит игнорировать отзывы и обратную связь.

В заключении мне хотелось еще раз подчеркнуть то, то информация оказывает огромное влияние на ведение бизнеса. То, на сколько успешно компания взаимодействует с внешней средой и позиционирует себя в ней, напрямую определяет ее финансовый успех на рынке.

### **Библиографический список**

1. Моисеева А.П. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. – Томск: Изд-во ТПУ. – 2007. – С. 104.
2. Внутренние и внешние коммуникации в организации [<http://www.maximumrule.ru/mars-598-1.html>]. Режим доступа: [www.maximumrule.ru](http://www.maximumrule.ru).
3. Коммуникации между организацией и внешней средой [<http://mybiblioteka.su/6-25207.html>]. Режим доступа: [mybiblioteka.su](http://mybiblioteka.su).

4. Понятие и роль коммуникаций в организации. Виды организационных коммуникаций [<https://allendy.ru/teoria-org/300-communicacii.html>]. Режим доступа: allendy.ru.

**УДК 330.101**

*Лобырева П. А.,*

студент,

Уральский Федеральный Университет,

Екатеринбург, Россия

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ОСВЕДОМЛЁННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В ВОПРОСАХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЛИЧНОСТИ**

**Аннотация.** Данная статья посвящена вопросам, касающимся индивидуальной экономической безопасности, в том числе пониманию населением России термина «экономическая безопасность», мнениям о необходимости государственном регулировании экономической безопасности личности, видам и способам содействия личности по обретению стабильной экономической безопасности, степени экономической защищённости личности в России и уровню знаний населения по вопросам экономической безопасности в целом.

**Ключевые слова работы:** индивидуальная экономическая безопасность, национальная безопасность, социально-экономическая безопасность, система показателей-индикаторов, уровень экономической безопасности

*P. Lobyreva,*

student,

Ural Federal University,

Yekaterinburg, Russia

## **RESEARCH OF POPULATION'S AWARENESS ABOUT PERSONAL ECONOMIC SECURITY IN RUSSIA**

**Abstract.** This article is dedicated to issues related to individual economic security, including the Russian citizens' understanding of the term "economic security", their opinions about the need for state regulation of the economic security of individuals, species and methods of assistance individuals for the attainment of stable economic security, the degree of economic security of the person in Russia and the level of public knowledge about economic security as a whole.

**Keywords:** individual economic security, national security, social and economic security, system of indicators, the level of economic security

Нормальный процесс формирования и выстраивания экономических, как и любых других отношений, невозможен без их сохранения и защиты, то есть обеспечения их безопасности. Поэтому проблема обеспечения экономической безопасности будет актуальна, пока будут существовать экономические отношения.

Известно, что в настоящее время Россия столкнулась с такой глобальной внутренней экономической угрозой, как кризис ресурсной экономики в связи с обострением геополитической ситуации, повлекший за собой глубокий социальный кризис: безработица, задержка заработной платы, повышение цен на товары и коммунальные платежи. Всё большее и большее число граждан оказываются за чертой бедности. Эти проблемы свидетельствуют об одном печальном факте – экономической незащищённости граждан в своей собственной стране.