

plied by the study of linguistic aspects interlingual speech activity, which is called “translation” or “Translation studies”.

Translation is a very ancient human activity. Translation activity has its roots in distant, archaic times. Once upon a time, the proto-language of our ancestors began to split into various language groups. There was an urgent need for people able to take on an important mediating mission in communication between representatives of different communities. The first translators appeared.

The brave and enlightened Romans were the pioneers of educational translation functions. Many renowned citizens were involved in the transcriptions here, because proficiency in Greek (and in ancient Rome, basically all texts were translated from ancient Greek) was an indicator of high status and good education.

The very first theorist in translation activity was Mark Tullius Cicero. According to Cicero, when translating a text, one should focus on the final recipient, while the very meaning of the given work should be conveyed, not necessarily literally. “A word-by-word translation entails a depletion of the original”, said Mark Tullius.

The emergence of book printing stimulated translation activities. It was then that modern terms appeared. The appearance of the verb “traduire” is attributed to 1539, and in 1540 the French humanist and translator Etienne Dole includes “traduction” and “traducteur” in one of his treatises. In Spain, the neologisms “traducir” and “traduccion” appear, and in Italy – “tradurre” and “traduzione”. In school practice, the term “version” continues to be used, meaning translation into the native language from Greek and Latin.

By the end of the XIX century translators began to formulate some semblance of a “normative trans-

lation theory” outlining a number of requirements that a “good” translation or translator must meet.

Translation studies first took shape as an independent discipline as a branch of linguistics in the 1930s. One of the first attempts to create a full-fledged theory of translation was made in the works of Russian scientists A.V. Fedorov and Ya.I. Rezker. They developed a linguistic translation theory called “the theory of regular correspondence”. There was still no full understanding of translation as an interdisciplinary phenomenon, and the attention of researchers was quite rightly focused on its linguistic aspect. The significance of this theory can hardly be overestimated.

The modern theory of translation as a starting point is based on the fact that translation, like language, is a means of communication. Hence the name of this theory – “the communicative model of translation”. There are many descriptions translation, reflecting one or another of its features as an act of interlingual communication. Among them – one of the most developed is proposed in the works of German scientists O. Kade and A. Neubert. Communication theory owes much of its subsequent development to the research of Russian scientists V.N. Komissarov and A.D. Schweitzer.

Today, the greatest need for translators is in technical fields, more than 70 % of the world’s translators work in them. The largest volume of translated texts is business correspondence, followed by consumer informational texts of various kinds (instructions, brochures, etc.), then scientific and technical texts, contractual texts, technical descriptions.

References

1. <https://www.lingvocenter.ru/istoriya-perevoda-i-perevodcheskoy-deyatelnosti>
2. https://kpfu.ru/staff_files/F1277159647/Istoriya...pdf
3. <https://word-house.ru/statie/istoriya-zarozhdeniya-perevoda-kak-deyatelnosti/>

Экономические науки

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SCM В БИЗНЕСЕ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ CASTORAMA

Белохвост Р.А., Оделин Феррер А.С.

*Южно-Российский институт управления –
филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
e-mail: ruslanbelohvost@gmail.com*

В статье рассматривается использование автоматической системы управления цепочками поставок SCM в компании CASTORAMA. Анализируются направления совершенствования системы, этапы ее внедрения и изменения, проблемы, которые возникали в некоторых ситуациях и способы их решения. Также для сравнения взят опыт компании Long Drug Stores. Проанализированы результаты внедрения SCM в деятельность предприятий, отображены изменения

в ключевых показателях финансово-хозяйственной деятельности организаций.

Сегодня рынок отличается стремительным развитием, которое сопровождается ужесточением конкурентной борьбы, возрастанием требований к сфере услуг и качеству обслуживания потребителей. Кроме того, особые требования предъявляет цифровая экономика – руководители компаний все чаще обращаются к электронным системам для цифровизации своей деятельностью и систематизации управления ею. Одной из таких электронных систем является SCM – система, построенная для управления цепочками поставок.

Уже не одна крупная компания попробовала внедрить SCM в свою деятельность для повышения ключевых показателей реализации товаров и услуг. Компания Castorama является ярким примером – первая в Европе и третья в мире

сеть гипермаркетов, закупающих свои товары для покупателей в соответствии с принципом «do it yourself» [1].

Изначально в Castorama при внедрении SCM был назначен ответственный сотрудник, чья задача заключалась в том, чтобы сформулировать стратегию разработки новой логики реализации цепочки поставок. У него был опыт, которым можно было воспользоваться для построения собственной новой системы – опыт компании B&Q в Англии.

Castorama активно расширяла сферу своей деятельности и потребительскую аудиторию, в связи с чем в какой-то момент столкнулась с необходимостью изменения структуры планирования запасов и коммуникации с поставщиками и потребителями. В итоге было принято решение организовать в каждом гипермаркете Ordering Department. Задача данного отдела заключалась в отслеживании количества запасов, формировании заказов для поставщиков, контроле над отправкой товаров на распределительные центры и т.д.

В 2008 году в Castorama появились причины говорить о полноценной и новой цепочке поставок SCM в компании. Для этого был расширен отдел, занимающийся формированием поставок и запасов, а также сформировано централизованное управление [2].

В центральном офисе были собраны основные стратегические и информационные ресурсы, которыми располагала сеть гипермаркетов. Таким образом, можно сказать, что Ordering Department, позже переименованный в Supply Chain Department, стал центральным звеном, которое контролировало и связывало структурные элементы системы SCM, на чьей логике была построена новая система управления цепочками поставок. Далее была проведена реструктуризация, в результате чего выделилось два новых отдела, чьи задачи заключаются в организации импорта и управлении внутренней логистикой соответственно.

До 2008 года импортные заказы поставлялись в Россию только в период проведения рекламных акций в Castorama. После этого была сформирована особая группа, задача которой заключалась в расширении ассортимента товаров

и ввода зарубежных товаров в товарную матрицу гипермаркетов.

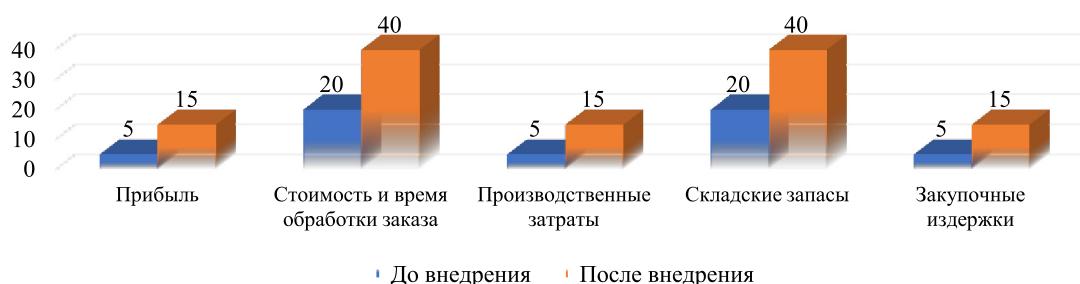
Для того, чтобы избежать ситуации, при которой на распределительном центре нет достаточного количества товаров для отправки поставщику, в центрах установлен минимальный уровень наличия товаров – страховой запас. При этом в ситуации с каждым поставщиком и видом товара страховой запас рассчитывается индивидуально для того, чтобы не скапливались лишние товары [2].

При заключении договоров с поставщиками из России менеджеры Castorama сразу оговаривают, каким образом будет осуществляться доставка товара: либо в распределительный центр, либо сразу в гипермаркет.

Если поставщики выбирают вариант доставки товара на распределительный центр, то менеджеры Castorama должны работать таким образом, чтобы товар попал в соответствующий гипермаркет в срок, а именно – не позднее, чем через три дня после его поступления на распределительный центр. В связи с этим, задача менеджеров заключается в том, чтобы организовать масштабные поставки от нескольких поставщиков, при этом учитывая и отечественные, и импортные товары. Такая система позволяет отслеживать уровень запасов на распределительных центрах, а также своевременно поставлять товары в гипермаркет.

Также стоит сказать, что в новой системе управления цепочками поставок достаточно много задач выполняются с помощью аутсорсинга. Однако менеджеры не просто передают задачи, а у них существуют четкие критерии отбора специалистов для выполнения конкретных обязанностей. Это система также прозрачна и понятна: сроки и размер оплаты за выполненную работу, сервисы для осуществления коммуникации с менеджерами Castorama, возможность доступа к общению с потребителем, желаемый уровень квалификации и профессионализма специалиста и т.д.

С помощью данных критериев работники Castorama не только отбирает специалистов для выполнения задач с помощью аутсорсинга, но и может оценивать промежуточные результаты.



Динамика показателей деятельности Castorama

Практика показала, что внедрение SCM позволила достичь ряда положительных моментов, таких как увеличение прибыли компании от 5 до 15%; снижение стоимости и времени обработки заказа от 20 до 40%; сокращение производственных затрат от 5 до 15%; существенное увеличение качества обслуживания; снижение складских запасов от 20 до 40%; сокращение закупочных издержек от 5 до 15% и т.д. (рисунок).

Если компания обладает несколькими (или даже одним складом) и работает с небольшим количеством постоянных дистрибуторов и поставщиков, использование SCM-решений способно значительно сократить издержки и принести компании реальную прибыль [3].

В качестве примера можно привести опыт компании Long Drug Stores, крупной фармацевтической компании, обладающей более 400 розничными точками, с годовым доходом от продаж в 3,7 миллиарда долларов. Принцип, которым руководствовалась компания – «полки никогда не должны пустовать».

В процессе исследования необходимо также обратить внимание на следующие проблемы. Они выражаются в резком росте затрат на закупку и содержание оборудования, построение новых торговых точек, а также на решение проблем в существующих точках. При этом, учитывая рост цен на лекарственные препараты, расходы компании также увеличились в связи с вынужденными разработками новых лекарств для того, чтобы не терять свою целевую аудиторию.

Решением проблемы стала компания NONSTOP Solutions. Технологии, которые предложила компании технологии, позволяющие оптимизировать цепочку поставок: прогнозирование, управление инвентарными запасами, инструменты для отслеживания и управления транспортировками и складом [4].

На основе материалов компанией была разработана система, позволяющая прогнозировать спрос, управлять складскими запасами, анализировать информацию, основываясь на данных о ежедневном спросе. Кроме того, была внедрена функция, которая также учитывает ошибки, которые могут возникнуть при прогнозировании на основе текущих данных. Иногда спрос и предложение на товары непредсказуемы – может случиться ситуация, которую нельзя предвидеть с помощью обычных методов прогнозирования. Ярким примером является пандемия коронавируса, которая привела экономику практически всех государств в упадок [5].

Сегодня схема, используемая Longs Drug Stores, вызывает у конкурентов зависть. Практически все товары во всех торговых точках имеются в наличии. Уровень минимального товарного запаса сократился практически вдвое, так

как была налажена система поставки товаров таким образом, чтобы достаточно товара было и в центрах доставки, и в самих магазинах. Благодаря этому получилось сократить расходы на хранение товаров в распределительных центрах.

Таким образом, система управления цепочками поставок SCM не только позволяет организовать работу персонала и принцип хранения и поставки товаров, но и значительно увеличить выручку и сократить расходы компании, о чем свидетельствуют два примера – отечественный и импортный.

Список литературы

1. Концепция SCM в компании CASTORAMA. [Электронный ресурс]. Портал информационно-аналитических материалов. URL: <https://logist.ru/articles/koncepciya-scm-v-kompanii-castorama> (дата обращения 13.12.2021)
2. История внедрения SCM в Castorama. [Электронный ресурс]. Портал информационно-аналитических материалов. URL: <https://logists.by/logistics/purchasing-logistics/koncepciya-scm> (дата обращения 16.12.2021)
3. Барановская Т.П. Вострокнутов А.Е. Ефименко А.В. Исследование SCM-систем: анализ рынка, выбор и внедрение для корпоративных интегрированных структур // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2016. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-scm-sistem-analiz-rynka-vybor-i-vnedrenie-dlya-korporativnyh-integrirovannyh-struktur> (дата обращения 13.12.2021)
4. Управление рисками при внедрении SCM. [Электронный ресурс]. Портал информационно-аналитических материалов. URL: <https://sitmag.ru/article/10213-upravlenie-riskami-pri-vnedrenii-scm> (дата обращения 12.12.2021)
5. Практика реализации концепции SCM. [Электронный ресурс]. Портал информационно-аналитических материалов. URL: https://studbooks.net/71735/logistika/praktika-realizatsii_kontseptsii (дата обращения 15.12.2021)

ОБЗОР РЫНКА CRM В РОССИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ТRENДЫ

Борисова Н.П., Горбина А.А.

*Южно-Российский институт управления –
филиал Российской академии народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации,
e-mail: Natasha.borisova.natasha2017@yandex.ru*

В статье рассматриваются основные тренды, которыми характеризуется развитие автоматических CRM-систем в России на данный момент формирования цифровой экономики. Кроме того, анализируется основное содержание, преимущества использования CRM-систем в деятельности компании в рамках данного тренда, рассматриваются примеры реализации трендов в процессе осуществления финансово-хозяйственных бизнес-процессах. Также представлен рейтинг поставщиков CRM-систем и показатели их выручки.

Пандемия коронавируса, возникшая в 2020 году, спровоцировала резкий рост спроса на внедрение CRM-систем в бизнес-процессы. За время пандемии спрос на внедрение CRM-систем резко вырос. Также рост спроса связан с цифровой экономикой и ее требованиями