

Таким образом можно заключить, что NFT улучшают способность финансовых учреждений обслуживать клиентов, они также повышают операционную совместимость внутри системы. Благодаря API, позволяющим пользователям подключаться к другим платформам, эти инновации могут облегчить пользователям проведение транзакций и сделок. Это приводит к снижению затрат для конечных пользователей и повышению конкуренции.

Список литературы

1. How NFT and Crypto impacts the real economy/How companies can profit from non-fungible tokens (NFTs) [Electronic resource]. Mode of access: <https://morethandigital.info/en/how-nft-and-crypto-impacts-the-real-economy>. Date of access: 08.12.2022.
2. What Impact Do Nfts Have on the Economy? [Electronic resource]. Mode of access: <https://originstamp.com/blog/what-impact-do-nfts-have-on-the-economy/>. Date of access: 08.12.2022.

Исметова А. Р.

магистрант

Железко Б. А.

кандидат технических наук, доцент,

Белорусский национальный технический университет

Переквалификация и повышение квалификации персонала организаций (в условиях постпандемии)

Retraining and professional development of staff in organizations for post-pandemic conditions

Пандемия Covid-19 оказала очень сильное давление на бизнес во всем мире. Руководители компаний всё чаще переводят своих сотрудников на удаленную работу. В данной статье проведен анализ проблем адаптации персонала организаций к постпандемическим условиям. Выявлены возможные пути их решения.

The impact of Covid-19 has put a lot of pressure on businesses around the world. Company executives are increasingly moving their employees to remote work. This article analyzes the problems of adapting the personnel of organizations to post-pandemic conditions. Possible ways to solve them are identified.

Ключевые слова: кризис Covid-19, повышение квалификации, переквалификация, бизнес-модель восстановления, удаленная работа.

Key words: Covid-19 crisis, professional development, retraining, recovery business model, distant work.

Кризис Covid-19 заставил практически всех руководителей компаний задуматься о новых способах работы с персоналом в долгосрочной перспективе, так как пандемия вынудила сотрудников малых, средних и больших предприятий поменять методы работы за короткое время. Несмотря на первоначальные опасения и давление на компании, обнаружилось, что новый способ работы может стать основным планом на долгосрочную перспективу.

Еще до нынешнего кризиса развивающиеся технологии и новые методы работы способствовали сокращению рабочих мест и изменению навыков, необходимых сотрудникам для выполнения своих обязанностей.

В 2017 г. Глобальный институт McKinsey подсчитал, что к 2030 году из-за автоматизации и искусственного интеллекта 375 миллионов работников – или 14 процентов мировой рабочей силы – должны будут сменить профессию или приобрести новые навыки [1]. В недавнем опросе McKinsey Global Survey, 87% руководителей заявили, что отмечают дефицит определенных навыков у сотрудников или ожидают его в ближайшие несколько лет. Но менее половины опрошенных имели четкое представление о том, как решить проблему [2].

Пандемия коронавируса актуализировала этот вопрос. Сейчас речь идет не только о переводе на удаленную работу, но также о том, как переквалифицировать или повысить квалификацию персонала для внедрения новых бизнес-моделей в постпандемическую эпоху.

Бизнес-модель – это анализ и схематичное описание взаимосвязанных бизнес-процессов компании.

Чтобы справиться с этой задачей, компаниям необходимо разработать кадровую стратегию, которая будет развивать важные цифровые и когнитивные способности сотрудников, их адаптивность и устойчивость. Кто-то уже сделал это, кто-то до сих пор только начинает задумываться об этом. Данная разработка как никогда важна для развития компаний и экономики в целом, и требует удвоить бюджеты компаний на обучение сотрудников и взять на себя обязательства по повышению квалификации. Развитие в этом направлении позволит укрепить компанию перед будущими возможными потрясениями.

Важно понимать, что из себя представляет процесс повышения квалификации и какие шаги необходимо предпринять руководителям, чтобы убедиться, что их сотрудники обладают навыками, необходимыми для их бизнес-моделей восстановления.

Повышение квалификации сотрудников (Upskilling) гарантирует, что сотрудники развиваются и приобретают навыки, необходимые для дальнейшей работы. Проще говоря, Upskilling – это обучение существующих сотрудников новым навыкам, а также их добровольное удержание.

Переквалификация – это ускоренное обретение новой специальности на базе уже имеющегося образования, с получением диплома установленного образца.

Текущие тенденции ускоряют необходимость повышения квалификации. Удаленная работа набирала обороты до кризиса Covid-19 и набирает обороты до сих пор. Пандемия лишь показала, что удаленная работа никуда не денется.

Недавний опрос финансовых директоров Gartner показал, что почти трое из четырех финансовых директоров запланировали «перевести не менее 5 процентов сотрудников, ранее работавших на месте, на постоянно удаленные должности после COVID-19» [3]. Хотя многие сотрудники «учились на практике» на первом этапе кризиса или прошли «быстрое и некачественное» обучение, продолжение удаленной работы, вероятно, будет по-прежнему создавать проблемы для повышения квалификации. Например, отделам продаж придется перейти от организации видеовстреч к эффективному управлению взаимоотношениями с клиентами в удаленных условиях. Компании также сталкиваются с проблемами руководства командой и как поддерживать сплоченность без преимуществ неформального общения в офисе за чашкой кофе, на обеде и тому подобное.

Шаги к переквалификации. Чтобы организации процветали в постпандемическую эпоху, лидеры и их команды должны сделать шаги к развитию новой рабочей силы. Было выделено шесть таких шагов. Первые три помогут определить стратегию, а последние три помогут ее выполнить.

1. Необходимо быстро определить навыки, от которых зависит бизнес-модель восстановления.

Поскольку компании выбирают стратегии, которые укрепят будущее бизнеса, руководители должны определить, какие наборы навыков будут непропорционально влиять на будущее компании и продвигать его вперед. Для этого они должны быстро установить ключевые факторы ценности и группы сотрудников.

Для начала определить точный вклад каждого сотрудника в создание ценности и переосмыслить, как изменится их повседневная работа в результате изменения ценности. Определить, какие изменения необходимы в деятельности, поведении и навыках. Указать количество и тип людей, которые нужны конкретной организации.

Например, если компания переходит от продаж в магазине к преимущественно доставке на дом, их техническая команда и координаторы по логистике будут иметь большее влияние на новую стратегию, чем на старую. Им также может понадобиться другой набор навыков, чтобы помочь удовлетворить растущий спрос и ожидания клиентов.

2. Развивать навыки работников, необходимые для конкретной новой бизнес-модели.

Стоит начать улучшать критические группы сотрудников, которые приводят к непропорционально большим затратам в адаптированной бизнес-модели. Первый шаг будет состоять в создании набора полезных навыков – набора инструментов, которые будут полезны независимо от того, как может развиваться конкретная роль сотрудника. Сосредоточить инвестиции компании на четырех типах навыков: цифровые, более высокие когнитивные, социальные и эмоциональные, адаптивность и устойчивость. Развитие навыков в этих четырех областях должно быть в первую очередь цифровым и самостоятельным, но в большинстве случаев не адаптированным к конкретному человеку.

3. Запустить индивидуальные обучающие тренинги (курсы), чтобы устранить пробелы в критических навыках.

По мере того, как компании готовятся к переосмыслению и расширению своих бизнес-моделей, важно углубиться в стратегическое кадровое планирование. Лидерам необходимо детальное понимание не только ключевых действий, которые критические группы будут проводить в следующие 12-18 месяцев, но и того, какие навыки потребуются каждой из этих групп.

Предложенные ознакомительные и образовательные тренинги (курсы) предназначены для конкретных ролей, но компании могут увеличить масштабы и прибыльность, проводя большую часть своего обучения в цифровом формате.

Такие тренинги можно дополнить цифровыми инструментами, воссоздающими лучшее из личного обучения, например, инструментами обмена в социальных сетях и видеосеансами в прямом эфире, которые создают более глубокое чувство групповой сплоченности и помогают развивать такие навыки, как эмпатия, которые обычно зависят от личного обучения.

4. Тестировать и повторять.

Задача здесь заключается в том, чтобы просто начать тестировать разработанные программы переподготовки, чтобы организации лучше подготовились к возможному нарушению функций в будущем – и, возможно, к ожиданию.

Организации не должны предпринимать инициативы по переобучению и повышению квалификации своих сотрудников, а затем сворачивать их после того, как кризис миновал. Любой работник, которого переобучают или перераспределяют, также должен использоваться для расширения возможностей организации переобучения в будущем. Важно пробовать что-то новое в деятельности компании и дать возможность применять полученные знания в процессе разработки стратегии во время разрушительных событий в будущем.

5. Действовать как небольшая компания, чтобы оказать большое влияние.

Глобальный опрос показал, что программы переподготовки в небольших организациях (менее 1000 сотрудников) часто бывают более успешными. Небольшие компании часто более успешно делают смелые шаги, потому что им не нужно проходить через большие группы людей, чтобы попробовать что-то новое. Они также могут быть более склонны к неудачам, потому что им нужно пройти меньше уровней одобрения, чем на крупных предприятиях.

В то же время, небольшие компании, как правило, более четко определяют пробелы в своих навыках, поэтому они могут лучше расставлять приоритеты в отношении пробелов, которые им необходимо устранить, и при выборе подходящих кандидатов для переподготовки. Это не означает, что крупные организации не могут быть гибкими, когда дело доходит до переобучения, им может быть сложнее.

6. Защитить свой бюджет на обучение.

Компании не должны сокращать бюджеты на обучение сотрудников. Необходимо использовать выделенный бюджет на обучение для развития навыков – ключевого стратегического рычага для адаптации к новым условиям. Не терять впустую два или три года и отказываться от эффективности и последовательности, которые можно начать развивать уже сейчас. Что можно и нужно сделать организациям, так это сосредоточиться на устойчивости своей образовательной экосистемы: сделать её более цифровой и более доступной для сотрудников. Конечно, использовать готовые учебные тренинги (курсы) внешних партнеров тоже имеет место быть.

Таким образом, проведенный анализ проблем адаптации персонала организаций к постпандемическим условиям показал: отсутствие эффективного механизма определения перечня навыков, необходимых для реализации выбранной модели восстановления бизнеса; необходимость концентрации имеющихся ограниченных ресурсов на переобучение и повышение квалификации ключевых групп сотрудников; недостаточную развитость существующих систем управления развитием кадрового потенциала организаций; отсутствие в большинстве организаций постоянно действующей системы управления знаниями, соответствующей их стратегическим целям; отсутствие достаточного опыта совмещения глобального мышления и локальных действий, а также бюджетирования в данной сфере. Это позволило сформулировать рекомендации и шесть основных этапов организации переквалификации и повышения квалификации адаптации персонала компаний к постпандемическим условиям.

Список литературы

1. Beyond hiring: How companies are reskilling to address talent gaps. Статья // McKinsey&Company (официальный сайт) [Электронный ресурс]. 2020. Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/beyond-hiring-how-companies-are-reskilling-to-address-talent-gaps>. Дата доступа: 22.11.2022.

2. Gartner CFO Survey Reveals 74% Intend to Shift Some Employees to Remote Work Permanently. Статья // Gartner (официальный сайт) [Электронный ресурс]. 2020. Режим доступа: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2020-04-03-gartner-cfo-surey-reveals-74-percent-of-organizations-to-shift-some-employees-to-remote-work-permanently2>. Дата доступа: 22.11.2022.

3. Jobs lost, jobs gained: What the future of work will mean for jobs, skills, and wages. Отчет // McKinsey&Company (официальный сайт) [Электронный ресурс]. 2017. Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/jobs-lost-jobs-gained-what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages>. Дата доступа: 22.11.2022.

Сидорова М. С.

студентка 2 курса

Научный руководитель: Трофимова Т. В.

кандидат экономических наук, доцент,

Нижегородский институт управления – филиал РАНХиГС

Благотворительность как форма реализации социальной ответственности организаций Charity as a form of implementation of organization's social responsibility

Бизнес играет важнейшую роль в жизни общества и государства, поскольку от его функционирования зависит уровень обеспеченности всех сегментов социума ресурсами, необходимыми для существования и дальнейшего развития. Именно поэтому в современном мире организации все чаще берут курс на прямое взаимодействие с разными сферами деятельности человека: политической, экономической, общественной. В этом, безусловно, помогают разработанные специалистами программы корпоративной социальной ответственности, которые создают преимущества для компаний в глазах конкурентов и стейкхолдеров. Наиболее изучаемой сферой становится социальная: компаниям важно наладить контакт с обществом, и поэтому ученые-экономисты стремятся дать советы, как сделать эту связь крепкой и успешной.

The role plays an important role in the infection of society and the population, since the level of provision of data with dependency segments, which is excluded to block them and limit development, depends on its functionality. In the chosen organization, an increasingly exciting course is being set for direct interaction with the areas of human activity: political, economic, social, and in this, of course, affecting the programs of the corporate social sphere, which are developed in the interests and interests of companies in groups and stakeholders. The social sphere is becoming the most studied area, it is important for a company to establish contact with society, and therefore scientific and economists use advice on how to make this connection reliable and successful.

Ключевые слова: КСО, благотворительность, социально-ориентированный бизнес, социальные программы.

Key words: CSR, charity, socially oriented business, social programs.

В современном мире стремительно происходят изменения, которые кардинально или частично трансформируют структуру человеческого существования. На месте не стоит и бизнес, который принимает новые формы организации и отказывается от старых, не выдерживающих модернизацию. По этой причине растет число предприятий новой направленности, имеющие различия, в первую очередь, в структурах управления и методах ведения бизнеса. Главная задача менеджера, управленца в такой организации заключается в приспособлении к постоянно меняющимся условиям рынка, разработка новых стратегий развития предприятия, а также его управления. Безусловно, важным аспектом для эффективного и надежного закрепления на рынке является применение методов КСО.

Экономисты, рассматривающие вопросы, связанные с успешным развитием и функционированием бизнеса, отмечают, что корпоративно социальная ответственность позволяет коммерции выйти на новый уровень взаимоотношений с обществом и государством. К их числу можно отнести многих выдающихся исследователей, таких как А. Керрол, Г. Боуэн, С. Г. Божук, Э. Карнеги, Роберт Э. Вуд и многие другие, однако Э. Фримен из Вирджинского университета стал первым ученым, который сформулировал понятие бизнес-модели не просто удовлетворяющей потребности бизнеса, а непосредственно ориентированной на интересы всех участников рынка. Безусловно, данный процесс в XX веке стал приобретать популярность, теперь о социальной ответственности бизнеса знают все, в связи с этим необходимо стремиться внедрить этот метод в работу каждой фирмы.

Реализацию стратегий корпоративной социальной политики можно разделить на два направления: внешняя ответственность бизнеса и внутренняя. Первая выражается в качестве мероприятий, проводимых бизнес-организацией для местного сообщества на территории своего присутствия. Свое отражение