16+

Цена свободная

Деловая газета.юг

Пятница | 27.09.24 | № 18 (639) Выпуск Ростовская область

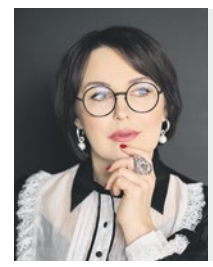


ГОСТЬ НОМЕРА

Елена Витчак

О том, как работать с кадрами

→ 4



В ПОМОЩЬ БИЗНЕСУ

Наталья Черкасова

О факторах управления командой

→ 10

ЭВОЛЮЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ

Современные подходы к работе с кадрами





ОКСАНА СТРЕЛКОВА,
главный редактор издания «Деловая газета. Юг»

Дефицит кадров уже сегодня заставляет работодателей соперничать за талантливых сотрудников. Согласно прогнозам аналитиков hh.ru, до 2035 года число людей на рынке труда не будет расти, поэтому конкуренция за соискателей не уменьшится.

В новом выпуске «Деловой газеты. Юг» рассказываем, как бизнесу строить отношения с персоналом в эпоху дефицита компетенций и кадров, какие стратегии реализуют малые предприятия, чтобы сохранить персонал, и почему повышение зарплаты сегодня не самый эффективный инструмент для удержания сотрудников. Также делимся советами экспертов, как сформировать корпоративный пакет с бонусами и что поможет поддерживать здоровье команды.

Конкуренция за кадры

Дефицит кадров создает конкуренцию на рынке труда, заставляя работодателей соперничать за сотрудников: увеличивать зарплаты, вводить дополнительные улучшения на рабочих местах, а также предоставлять широкий компенсационный пакет. При этом нехватка квалифицированных специалистов вынуждает компании обращаться ко второкурсникам и к выпускникам школ с предложениями о стажировке, что временно помогает сгладить дефицит.

Предприниматели Краснодарского края и Ростовской области рассказали «Деловой газете. Юг», как сегодня конкурируют за кадры, какие дополнительные льготы готовы предоставлять работодатели и когда, по их мнению, стабилизируется ситуация на рынке труда.



СИТУАЦИЯ СЕЙЧАС

По данным рекрутинговой платформы hh.ru, спрос на сотрудников в 2024 году выше предложения и количество вакансий лишь растет. Так, число предложений о работе, размещенных в Ростовской области, в августе 2024-го увеличилось на 39% по сравнению с началом года, в Краснодарском крае рост составил 32%.

«Показатели hh.ru полностью совпадают с данными Росстата: уровень безработицы в России в июле 2024 года составил 2,4%, притом что нормой можно считать 5,5%. Сегодня экономике страны не хватает 1,6 млн человек. По оценкам экспертов, к 2030 году дефицит может увеличиться до 4 млн. Вывод простой: чтобы достичь запланированного экономического роста, людей крайне недостаточно», — сказала главный эксперт hh.ru по рынку труда Наталья Данина.

По мнению гендиректора ростовского ООО «Адамант Логистика» Светланы Плеховой, дефицит кадров стал ощутимым с конца 2022 года и сейчас предпринимателям трудно находить не только высококвалифицированных специалистов, но и рядовых рабочих.

«Есть потребность не только в специалистах в логистике, но и в водителях. Мы общаемся и с другими производствами, и видно, что не хватает людей на складах, в магазинах. Думаю, что до конца года эта ситуация не изменится», — сказала Светлана Плехова.

Гендиректор ООО «Пищтех» Евгений Чистяков придерживается похожего мнения. Он добавил, что нехватка кадров не только российская, но и общемировая тенденция, которая связана с убылью населения.

«Ситуация с кадрами меняется, но она меняется не в лучшую сторону для работодателей. Это происходит в силу долгосрочных процессов, которые начались не вчера. К сожалению, происходит убыль населения. <...> Это общемировая тенденция, которая затрагивает страны с развитыми экономиками», — отметил Евгений Чистяков.

Председатель Краснодарского краевого отделения «Опоры России» Даниэль Башмаков подтвердил, что дефицит кадров затрагивает не только Россию, но и другие страны.

«Сейчас в Китае обсуждали кадровый вопрос. Но ситуация немного отличается: низкоквалифицированных рабочих у них много, но когда дело касается высококвалифицированных специалистов, то их очень тяжело искать. За рубежом также стараются решать данную проблему всеми доступными способами», — поделился Даниэль Башмаков.

Проблема с кадрами будет актуальна еще достаточно длительный период, считает председатель Ростовского областного отделения «Опоры России» Аркадий Гершман.

«На сегодняшний день значительных факторов изменения данной ситуации не существует», — отметил он.

КОНКУРЕНЦИЯ ЗА СОТРУДНИКОВ

В связи с нехваткой кадров среди работодателей возрастает конкуренция за сотрудников: компании повышают уровень зарплат, проводят анализ конкурентов и пытаются переманить кадры.

Аркадий Гершман подтвердил, что конкуренция за людей между предприятиями сейчас достаточно высока. При этом конкуренция идет не только между субъектами МСП, но и между прогосударственными, крупными и малыми предприятиями. В то же время именно крупные предприятия могут обеспечить сотрудникам более высокую зарплату и благоприятные условия работы.

Гендиректор ООО «Адамант Логистика» Светлана Плехова рассказала, что сейчас наблюдается тенденция переманивания сотрудников.

«Наверное, работодатели привыкли, что можно провести разведку и предложить более выгодные условия труда уже занятым сотрудникам, чтобы не тратить время на воспитание специалистов. У нас на корпоративные каналы связи сотрудникам поступали звонки и СМС с предложением перейти работать в другую компанию. Но могу сказать, что мы это не поддерживаем», — сказала Светлана Плехова.

По словам Даниэля Башмакова, хотя конкуренция за кадры в регионах высока, работодатели параллельно также соревнуются с крупными российскими центрами.

«Надо не забывать, что есть Москва, Санкт-Петербург, Казань и другие регионы, которые также пытаются привлечь хорошие кадры из других регионов. И многие, чтобы вырасти профессионально, едут в эти регионы», — сказал председатель Краснодарского краевого отделения «Опоры России».

КАК ПРИВЛЕКАЮТ КАДРЫ

По словам главного эксперта hh.ru по рынку труда Натальи Даниной, за последние три года отношение к работе у соискателей значительно изменилось. Если десять лет назад россияне боялись потерять работу и доход, из-за чего в перечне ключевых преимуществ работодателя были высокая зарплата и стабильность, то сейчас соискатели обращают внимание

№ 18 (639) 27.09.2024
Выпуск Ростовская область
Деловая газета.Юг

16+

Главный редактор: Стрелкова О. С.
Дизайн и верстка: Рубашкин А. Е.
Корректор: Сидорова О. И.

Учредитель: ООО «Союзники»
Регистрационный номер (выписка о регистрации СМИ): серия ПИ № ФС77-86146, выдана Роскомнадзором

Отпечатано в типографии: ИП Буштырев А. В., 344039, г. Ростов-на-Дону, ул. Саратовская, 40
Заказ 1451 от 24.09.2024
Тираж — 5000 экз. Цена свободная.
Дата выхода в свет — 27.09.2024
Время подписания в печать: установленное: 20:00; фактическое: 20:00.

Под обозначением R публикуются материалы «На правах рекламы».

Адрес редакции и издателя: 350000, г. Краснодар, ул. Рашпилевская, 67/1, помещ. 2, эт. 2
Тел. +7 (861) 290-80-80

Дополнительный офис издателя: 344082, г. Ростов-на-Дону, пер. Халтуринский, 94
Тел. +7 (861) 290-80-80

Реклама: sale@dg-yug.ru
Редакция: info@dg-yug.ru

@DGAZETA
@DGAZETA

на психологический комфорт, нетоксичную рабочую среду, наличие гибкого или гибридного графика работы и так далее.
«Главное — это то, что они стали больше интересоваться тем, какие эмоции им может предложить работа в компании, и теми идеями, которые работодатель готов продвигать», — сказала Наталья Данина.

Аналитики hh.ru отметили, что, откликаясь на запрос, все больше компаний готовы предоставлять сотрудникам различные льготы и бонусы. Так, согласно анализу вакансий за первые пять месяцев 2024 года, в 90% из них упоминается хотя бы один из компонентов корпоративных программ. Самые популярные бенефиты — ДМС (фигурирует в 52% вакансий), фитнес (18%) и гибридный график работы (17,6%). При этом наибольшие темпы прироста числа упоминаний — у бонусов в виде различных консультаций: от психологов до юристов. По мнению аналитиков, это свидетельствует о том, что происходит разворот работодателей в сторону человекоцентричности, когда на первый план выходят нематериальные блага.

В то же время председатель Краснодарского краевого отделения «Опоры России» Даниэль Башмаков считает, что сегодня решающим фактором для удержания и привлечения сотрудников остается уровень заработной платы.
«Многие компании стремятся создать комфортные условия для своих сотрудников. Они предлагают гибкий график работы, возможность работать удаленно и так далее. Хотя различные меры, такие как повышение командного духа, обучение и развитие сотрудников, действительно работают, они часто оказываются неэффективными, если конкурент предлагает зарплату в два раза выше. В такой ситуации сотрудники могут предпочесть перейти к другому работодателю», — сказал Даниэль Башмаков.

Аналогичного мнения придерживается председатель Ростовского областного отделения «Опоры России» Аркадий Гершман. «На мой взгляд как предпринимателя, 90% успеха в удержании сотрудников — это, конечно, уровень заработной платы. Ни для кого не секрет, что человека, который приходит устраиваться на работу, в первую очередь интересует, какую он будет получать зарплату, а уже потом — все остальное: график работы, соцпакет и иные льготы. Конечно, необходимо поддержание общего настроения, атмосферы в коллективе, своевременные отпуска и предоставление обязательных социальных льгот», — сказал Аркадий Гершман.

В то же время, по словам гендиректора ООО «Пищтех» Евгения Чистякова, решающим фактором при выборе места работы для специалистов может стать возможность карьерного роста.
«Помимо желания получать хорошие зарплаты, высококлассные специалисты, по моему субъективному наблюдению, привыкли развиваться и повышать свои компетенции. Иной раз они могут принять решение о менее оплачиваемой работе в пользу предприятия, которое создаст возможности, во-первых, для полной реализации способностей, а во-вторых, для дальнейшего развития. Высококлассные специалисты стали таковыми не по праву рождения, а благодаря развитию и получению навыков в течение всей жизни. Обычно эти люди не любят останавливаться. Человек всегда будет думать, каким специалистом он станет через 10–15 лет. Соответственно, он взвешивает все и принимает стратегическое решение идти туда, где ему дадут возможности для развития», — считает Евгений Чистяков.

При этом для привлечения и удержания рядовых сотрудников, по словам гендиректора ООО «Пищтех», важно обеспечивать базовые бонусы. Например, корпоративный транспорт к месту работы, который позволяет персоналу сокращать траты и добираться на работу комфортно.
«Когда у человека есть возможность добираться до работы на автобусе компании, а не на общественном транспорте, он получает дополнительные полтора-два часа в день, во время которых можно почитать книгу, послушать музыку или заняться чем-то еще по своему усмотрению. Поэтому транспорт также влияет на решение людей о том, где работать. Это касается не только среднего персонала, но и всех остальных. Особенно это актуально для Краснодара, поскольку у нас часто образуются пробки», — сказал Евгений Чистяков.
Он добавил, что компании также могут поддерживать интересы сотрудников: так, например, на предприятии заметили, что коллектив любит играть в футбол и волейбол, поэтому решили оплачивать сотрудникам такие занятия.
«Коллективу это нравится, и мы решили поддерживать такие начинания. Это позволяет не только укрепить физическое состояние, но и поддержать моральный дух», — отметил гендиректор ООО «Пищтех».

По мнению гендиректора ООО «Адамант Логистика» Светланы Плеховой, для привлечения и удержания сотрудников важно развивать корпоративную культуру: устраивать совместный отдых, досуговые мероприятия, общие праздники.
«Корпоративная культура играет важную роль, особенно среди молодежи. Они хотят не только приходить на работу, но и иметь возможность весело проводить время вместе», — говорит Светлана Плехова.

Она добавила, что сейчас даже молодые сотрудники стараются выбрать компанию, в которой в первую очередь им будет комфортно работать.
«Даже начинающие специалисты выбирают компанию с хорошей репутацией и развитой корпоративной культурой. Они хотят не только получить опыт и знания, но и остаться в компании на более длительный срок. Сейчас для молодых сотрудников важна не только финансовая мотивация, но и другие факторы, такие как корпоративная культура и возможности для развития», — отметила Светлана Плехова.

СВЕТЛАНА ПЛЕХОВА

> Даже начинающие специалисты выбирают компанию с хорошей репутацией и развитой корпоративной культурой. Они хотят не только получить опыт и знания, но и остаться в компании на более длительный срок. Сейчас для молодых сотрудников важна не только финансовая мотивация, но и другие факторы, такие как корпоративная культура и возможности для развития.

Корпоративная культура, по ее словам, также способствует росту продуктивности и целеустремленности сотрудников.
Помимо развития корпоративной культуры, считает гендиректор ООО «Адамант Логистика», важно предоставлять сотрудникам компенсационные пакеты, которые включают в себя, например, ДМС или путевки на отдых.
«Например, мы дарим сертификаты, рассматриваем как вариант введение ДМС. Однако проводили опрос среди сотрудников, и ребята больше высказались за средства для путешествий», — сказала Светлана Плехова.

НЕ ПРИВЛЕЧЬ, А ВЗРАСТИТЬ

В связи с дефицитом кадров предприятия стремятся не только привлечь специалистов, но и взрастить их самостоятельно. Так, гендиректор ООО «Пищтех» Евгений Чистяков отметил, что сейчас компании работают не только с выпускниками вузов и колледжей, но и со студентами вторых курсов.
«Раньше мы не хотели брать студентов второго и третьего курсов. Мы говорили: «Давайте лучше с четвертого или пятого». Это было, когда в программе обучения еще существовал специалитет. Сейчас мы согласны рассматривать кандидатов со второго и третьего курсов. Дело в том, что многие пятикурсники уже определились с местом работы. Поэтому нам приходится искать стажеров среди второкурсников и третьекурсников», — сказал он.
Евгений Чистяков отметил, что в следующем году компания планирует организовать на предприятии учебный класс или мастерскую для летнего трудоустройства старшеклассников.
«Мы хотим, чтобы они, уже имея представление о нашей работе, приходили учиться на те специальности, которые кажутся им интересными. А затем приходили к нам работать», — отметил гендиректор ООО «Пищтех».

БУДУЩЕЕ ТРУДА

По мнению Светланы Плеховой, ситуация с кадрами начнет улучшаться к концу 2025-го — началу 2026 года.
«Я полагаю, что к концу 2025 года ситуация улучшится. Думаю, что к 2026 году она уже будет более благоприятной, поскольку молодые люди становятся более зрелыми, учатся смотреть на жизнь более трезво и серьезно. Поэтому, по моему мнению, нужно еще немного потерпеть, примерно год. В целом считаю, что к 2030 году ситуация нормализуется и даже улучшится по сравнению с тем, что было», — сказала она.
Председатель Краснодарского краевого отделения «Опоры России» Даниэль Башмаков считает, что в будущем ситуация на рынке труда, напротив, будет складываться все сложнее.
«Квалифицированных кадров будет не хватать все больше и больше. Проблемы, подобные этой, требуют долгосрочных решений. Конечно, нам нужно начать их реализовывать, но это уже не в нашей власти. Это в компетенции правительства и Государственной Думы, которые должны принимать соответствующие решения», — сказал Даниэль Башмаков.

Гендиректор ООО «Пищтех» Евгений Чистяков добавил, что из-за дефицита кадров на рынке труда могут появляться новые тенденции: повышение уровня автоматизации и цифровизации, а также исчезновение гендерных рамок в профессиях.
«В наше время стираются границы между мужскими и женскими профессиями, особенно там, где речь идет об автоматизации производства. Например, раньше считалось, что оператор лазерного станка — это исключительно мужская профессия. Но сейчас на таких должностях работают и девушки. Современные технологии позволяют выполнять сложные задачи, которые раньше были доступны только опытным специалистам. Таким образом, работа на станках с числовым программным управлением уже не требует физической силы, и ее может выполнять человек с любой квалификацией, независимо от пола. Мы ожидаем, что в будущем эта тенденция будет только усиливаться», — заключил Евгений Чистяков.

Дарья Коробская

ЕВГЕНИЙ ЧИСТЯКОВ

> Раньше мы не хотели брать студентов второго и третьего курсов. Мы говорили: «Давайте лучше с четвертого или пятого». Это было, когда в программе обучения еще существовал специалитет. Сейчас мы согласны рассматривать кандидатов со второго и третьего курсов. Дело в том, что многие пятикурсники уже определились с местом работы. Поэтому нам приходится искать стажеров среди второкурсников и третьекурсников.



Елена Витчак:

«HR — это специалист, с которым собственнику бизнеса есть о чем поговоритъ»

Елена Витчак, профессор бизнес-практики Школы управления Сколково, эксперт в области рынка труда, в День HR-менеджера рассказала «Деловой газете. Юг», как бизнесу строить отношения с персоналом в эпоху дефицита компетенций и кадров, избегать текучести, отличать хорошего HR от плохого, а еще когда лучше обучать линейного руководителя, чем нанимать профильного специалиста.



Фото предоставила Елена Витчак

— Елена, давайте начнем с базового: у многих аббревиатура HR вызывает скепсис, да и нередко в компаниях эта функция сводится к оформлению сотрудников и организации корпоративных мероприятий. Так зачем бизнесу, особенно среднему и малому, тратиться на хорошего HR-специалиста? Кто это такой и в чем его ценность?

— Действительно, большинство компаний исторически прекрасно обходились без HR. Имели одного кадровика, который оформлял документы и охрану труда, если это нужно. Сейчас же HR нужен бизнесу в разных конфигурациях.

Как функция HR нужен руководителю среднего бизнеса, чтобы иметь перед глазами всю аналитику, данные, цифры, фактуру для принятия любых решений, связанных с человеческим фактором в организации. Это могут быть цифры воронки найма, например: почему человек не зашел в мою компанию, почему отказался от моего офиса, почему у меня не укомплектована смена. Без цифр рекрутинга, без людей, которые этим занимаются, ты понять это не сможешь. Это могут быть цифры про систему мотивации: почему от меня уходят люди, хотя я вроде бы хорошо плачу. А выясняется, что на самом деле платишь проигрышно по отношению к конкурентам и так далее. Это важные для бизнеса цифры и аналитика про рынок труда в целом. С кем я конкурирую, куда приходят мои сотрудники, кто их переманивает, почему они не очень хорошо работают и так далее. В сухом остатке HR — это обладатель уникальных знаний для развития бизнеса. Это и люди, которые помогают персоналу переживать сложные времена. HR — это специалист, с которым собственнику бизнеса есть о чем поговорить. Это функция, знание которой сейчас бесценно для работы с людьми. А ничего, кроме проблем с людьми, сейчас у собственников бизнеса нет.

— И как найти такого человека, который будет именно такую функцию осуществлять, а не просто рутинные задачи?

— Как находить — это вопрос рекрутинга. Все традиционные каналы, знакомства, резюме, сеть, нетворкинг подойдут. Ничего нового, все по старинке. А вот более сложный вопрос — это кого находить. Потому что у каждого предприятия свои задачи, бизнес-программа и бизнес-повестка. И организовывать эту функцию в зависимости от задач нужно по-разному. Если все укомплектовано, никто не уходит, текучести нет, то нужно заниматься развитием персонала, и это один профайл специалиста. Если задача — срочно закрыть вакансии, то другой. Хорошего HR сложно найти, но брать человека нужно четко под задачи собственного бизнеса.

— А какие ошибки при работе с персоналом приводят к текучести кадров и как собственнику бизнеса определить, что HR приносит убытки или недорабатывает?

— Собственнику, во-первых, надо смотреть на точки взаимодействия его условных HR-специалистов с его линейными руководителями. И главное — слушать обе стороны. Потому что на каких-то этапах важен HR и его слово имеет значение. Плохая адаптация, плохая воронка и так далее. Это ответственность HR.

Но есть много этапов в жизни человека в организации, на которых главное действующее лицо — это линейный руководитель. Поэтому первый и главный совет — любой собственник и любое первое лицо компании должны четко понимать, что происходит во взаимодействии между HR и линейным менеджментом. И второе — то, что знают линейные менеджеры про работу с персоналом. Сейчас в России просто бум на то, чтобы обучать линейных руководителей функциям people management (в переводе с англ. «управление людьми и командами»). Потому что в их руках люди, которые уходят — или не уходят.

— То есть шутки и мемы про шуточно-истеричные способы удержания кадров, которые часто обыгрываются в социальных сетях, — совсем не шутки? О чем идет речь?

— Не шутки. Речь, во-первых, о совокупности факторов: это дефицит кадров в абсолютном значении, демографическая яма, миграция, отъезд, мобилизация и так далее. Персонала просто не хватает. И его еще долго не будет, потому что быстро он не восстанавливается. Вторая проблема — это дефицит компетенций. За 20 лет мы потеряли 90% компетенций, которые нам сейчас нужны с точки зрения конструкторов, с точки зрения здравоохранения и других. Люди просто не умеют делать то, что нужно для экономики. Это дичайший дефицит компетенций. И плюс вновь приобретенный, потому что цифровизация бизнеса, искусственный интеллект требуют новых компетенций. Теперь нужен не просто инженер на заводе, но такой специалист, который будет работать на новейшем оборудовании, которое, в свою очередь, задействует роботов. Специалист, который сможет разбираться в цифровой повестке.

Вторая точка попроще — процессы обратной связи. Когда человеку говорят о том, как он работает. Обратную связь человеку дают руководители, HR, первые лица. И на всех этапах. Но в российской действительности ее по-человечески, нормально и вдохновляюще, как правило, не дают. Мы постоянно критикуем людей и не объясняем, как нужно делать. Или все время что-то спрашиваем, оцениваем, тестируем и так далее. Делаем это часто. Это тоже большая ошибка. Ну и когда людей оценивают, а потом ничего с этим не происходит. Человек потратил свое время на оценку, побывал в стрессе, потому что любая оценка — это стресс, а потом — ничего. В данном случае мы имеем дело с работой ради работы, тут HR явно пытается оправдать свое существование.

А если посмотреть англоязычные, русскоязычные отчеты о будущих функциях HR, то от них ждут предиктивности, предсказательности, чтобы они могли свою работу организовать так, чтобы предсказывать проблемы, а не тушить пожары. Вообще, я люблю повторять, что чем брать плохого HR, лучше не брать никакого.

— И как тогда быть? И что делать, если нет возможности нанять хорошего и наверняка недешевого специалиста?

— Есть концепция HR Zero, где все функции HR, если его нет как подразделения, распределяются между линейными менеджерами. Я знаю несколько организаций — очень успешных, — у которых нет директора по персоналу. И они прекрасно себя чувствуют.

— То есть для малого, среднего бизнеса может быть решением обучить этим функциям линейных руководителей?

— Верно. Обучить линейных руководителей, менеджеров и оставить человека на какие-то рутинные задачи, на тот же наем.

— Кстати, про представителей молодого поколения часто говорят, что, если работа не позволяет им заниматься саморазвитием, они уходят. Это действительно так? Как работать с молодежью?

— Все хотят смыслов, не только молодежь. Старшее поколение тоже их хочет, просто оно более толерантно к истории бессмысленности. Молодежь просто не терпит, вот и все. Потому и срок жизненного цикла в организации у них короче. Там, где взрослые потерпят два-три года, молодежь потерпит три-четыре месяца. А потребность у всех одна. Нужно всегда держать руку на пульсе, смотреть, что новенького, что есть у других, но в целом смысловая история важна для всех.

Люди в работе ищут безопасности, принадлежности, эмоциональных целей и смыслов. Какие-нибудь мероприятия про тимбилдинг здесь ни при чем. Есть компании, которые вообще ничего такого не проводят, и никто от них не уходит. А есть компании, которые с утра до вечера развлекают, а текучесть у них сумасшедшая. Особенно молодые поколения приходят, чтобы организация им обеспечила безопасность, принадлежность, ощущение, что ты часть чего-то важного. Это про смыслы.

— А деньги — хороший мотиватор для сотрудника или нет?

— Трудовой договор — это договор обмена. Я меняю свою жизнь, свое время, свои знания и компетенции на деньги. Это важно, конечно, но надо понимать, что деньги — это фактор, который перестает мотивировать достаточно быстро. Молодое поколение, например, согласно исследованиям, уходит из организации совсем не из-за денег, а из-за плохих отношений в коллективе. Поэтому деньги — это важно, но это не мотивация, это гигиенический фактор.

> Люди в работе ищут безопасности, принадлежности, эмоциональных целей и смыслов. Какие-нибудь мероприятия про тимбилдинг здесь ни при чем. Есть компании, которые вообще ничего такого не проводят, и никто от них не уходит. А есть компании, которые с утра до вечера развлекают, а текучесть у них сумасшедшая

Беседовала
Евгения Ерохина

Сила корпоративного духа

Почему не бывает компаний без корпоративной культуры и как ее сформировать, чтобы избежать хаоса, что важнее — мотивация или зарплата, а также как предотвратить текучесть кадров в условиях дефицита сотрудников, «Деловой газете. Юг» рассказали HR-эксперты.



КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА — НЕВИДИМАЯ СИЛА КОМПАНИИ

Корпоративная культура — свод правил, ценностей, убеждений, норм и практик, которые определяют поведение и взаимоотношения в организации. Они могут быть официально описаны и закреплены, а могут сформироваться негласно, говорит HR-стратег Элла Деткова.

Поэтому, как утверждает эксперт, корпоративная культура имеется во всех организациях, даже если они этого не осознают и формально не прописывали никаких правил.

«Ошибаются те предприниматели, которые говорят, что у них нет корпоративной культуры. Она есть всегда. Если никто в компании не отвечает за корпоративную культуру, это значит, что она развивается хаотично», — пояснила эксперт.

Как отметила Элла Деткова, в силу многих причин сегодня на рынке наблюдается кадровый голод, поэтому работники выбирают компании, а не наоборот. Правильно выстроенная корпоративная культура, уверена HR-стратег, мотивирует сотрудников оставаться в компаниях, где они уже работают, либо делать выбор в пользу той организации, где атмосфера располагает к сотрудничеству.

В ОСНОВЕ — ОБЩЕНИЕ И ЦЕННОСТИ

Для формирования корпоративной культуры важно определить несколько понятий. Директор по персоналу Сергей Евдокимов выделяет три компонента культуры компании: ее цели (стратегии бизнеса), ценности и миссию.

«В малом бизнесе владелец или руководитель часто определяет основные принципы (как минимум миссию и цели), которые будут направлять поведение сотрудников», — объяснил Сергей Евдокимов.

При этом, как отметил эксперт, важно не просто сформировать ценности, но и создать общее понятийное поле. Стоит объяснять сотрудникам, почему компания придерживается тех или иных ценностей, иначе никто о них не будет помнить, считает директор по персоналу.

В то же время, отмечает Сергей Евдокимов, руководителям стоит подавать личный пример и демонстрировать желаемое поведение сотрудникам. Для этого в компании можно предусмотреть обучение руководителей управлению в соответствии с ценностями, посоветовал эксперт.

«Регулярно общайтесь с командой о важных аспектах культуры, поощряйте открытый диалог через опросы вовлеченности. А ежемесячный дайджест новостей будет отличным дополнением к трансляции открытости компании», — посоветовал Сергей Евдокимов.

Помимо этого, в компании должна быть система обратной связи. Важно поощрять достижения сотрудников, связанные с целями и ценностями компании, считает эксперт.

Он также добавил, что прием на работу новых сотрудников должен основываться не только на профессиональных качествах, но и на соответствии корпоративным ценностям, а в некоторых случаях стоит смотреть еще и на человеческие качества.

По мнению HR-стратега Эллы Детковой, начинать выстраивать правильную корпоративную культуру стоит с назначения ответственного человека, который будет этим заниматься. Как правило, за корпоративную культуру в компаниях отвечают HR-менеджеры.

Как отметила эксперт, в малых и средних компаниях часто никто не занимается командой, и это приводит к низкой эффективности. Работу по выстраиванию корпоративной культуры Элла Деткова советует поручить специально обученным людям — менеджерам по персоналу, в задачи которых входят все вопросы формирования и развития команды.

Вторым шагом станет чекап бизнеса, то есть определение его слабых и сильных сторон, чтобы направить ресурсы на те направления, где требуется доработка, объяснила эксперт.

Третьим этапом будет составление плана, в котором прописаны все компоненты формирования корпоративной культуры, которые компания может себе позволить, исходя из готовности к изменениям и бюджетов.

ОПТИМИЗАЦИЯ HR-ПРОЦЕССОВ

Оптимизация HR-процессов подразумевает повышение эффективности управления персоналом через внедрение систематизированных методов и инструментов, пояснил директор по персоналу Сергей Евдокимов.

Среди способов оптимизации эксперт выделил применение программного обеспечения для управления персоналом и автоматизацию рутинных задач. Например, оценки эффективности, управления отпусками.

Помимо этого, Сергей Евдокимов считает важным инвестировать в профессиональное развитие HR-отдела для повышения его компетенций и эффективности работы.

«Автоматизация и стандартизация процессов освобождают время для стратегических задач, в некоторых случаях влияют на сокращение фонда оплаты труда. К примеру, более точные и эффективные процессы подбора способствуют привлечению и удержанию талантливых специалистов, снижая затраты на повторный наем», — объяснил директор по персоналу.

Эксперты также отмечают, что при приеме на работу новых людей важно не забывать о процессе адаптации и обучении.

Оптимизировать HR-процессы также поможет понятная система оплаты труда, при которой сотрудник знает фиксированную часть своей зарплаты, а также переменную. Важно прописать достижения, по которым сотрудники будут получать свою переменную часть, объяснила Элла Деткова.

СЧАСТЛИВАЯ КОМАНДА — ПРИБЫЛЬНЫЙ БИЗНЕС

Как объяснил директор по персоналу Сергей Евдокимов, формирование комфортной рабочей среды направлено на создание условий, при которых сотрудники чувствуют себя ценными и в безопасности. Это базовые потребности любого человека, считает эксперт.

По его мнению, работа с кадрами напрямую связана с прибылью компании. Комфортная среда способствует эмоциональному благополучию сотрудников, что увеличивает их лояльность и приверженность компании, а когда сотрудники чувствуют себя комфортно, они более сосредоточенны и эффективны в выполнении своих задач, объяснил Сергей Евдокимов.

С ним согласна и HR-стратег Элла Деткова. По ее мнению, сотрудники, которые чувствуют себя комфортно на работе, работают более эффективно, и это приносит больший финансовый результат. Экологичная атмосфера способствует укреплению коллектива и облегчает проблему кадрового дефицита.

Важно помнить, что каждая незакрытая вакансия — это недополученная прибыль, говорит HR-стратег.

ПОЕЗДКИ НА ПРИРОДУ И ТИМБИЛДИНГ

Эксперты уверены, что для построения корпоративной культуры крайне важно проводить внерабочие мероприятия, посвященные сплочению коллектива. Так, среди основных активностей они выделяют выезды на природу, походы в боулинг, проведение тимбилдингов, прохождение обучающих семинаров и мастер-классов, создание клубов по интересам.

Вариантов для совместного времяпрепровождения может быть масса, главное, чтобы все они были направлены на сплочение коллектива, прояснение совместных целей и утверждение ценностей.

При этом, как отметила Элла Деткова, все мероприятия должны быть хорошо организованы, поскольку тщательно продуманная идея и сценарий принесут больше пользы для бизнеса, чем спонтанная встреча.

ПОЧЕМУ СОТРУДНИКИ УВОЛЬНЯЮТСЯ

Высокая текучесть кадров всегда негативно влияет на работу компании, и чем меньше команда, тем заметнее потеря даже одного сотрудника, объяснил директор по персоналу Сергей Евдокимов.

Самое первое, с чего стоит начать работу при высокой текучести кадров, — это анализ причин, по которым сотрудники увольняются. Можно проводить интервью с увольняющимися сотрудниками, чтобы понять и устранить проблемные моменты в дальнейшем.

«По опыту могу сказать, что, конечно, очень часто причина в зарплате. Обеспечьте справедливую и конкурентоспособную заработную плату, а также достижимую систему бонусов и поощрений. HR в свою функцию должны добавить мониторинг зарплаты», — рекомендовал Сергей Евдокимов.

Эксперт также советует формировать сотрудникам четкие перспективы профессионального развития и продвижения.

Как считает Сергей Евдокимов, на новое место работы люди могут переходить ради большей ответственности и новых задач, поэтому для предотвращения увольнения по этой причине стоит помнить о выражении признания своим сотрудникам.

«Признание — одна из важных частей мотивации и вовлечения, а если признание основывать еще и на ценностях компании, то это высший пилотаж», — отметил Сергей Евдокимов.

ПОМОЧЬ СОТРУДНИКУ РАСТИ

Создание карьерного пути, считает директор по персоналу Сергей Евдокимов, также важная часть корпоративной культуры. Она подразумевает планирование и поддержку профессионального роста сотрудников внутри компании — как горизонтального, так и вертикального.

Первым шагом станет определение прозрачных и справедливых критериев для карьерного роста, считает Сергей Евдокимов. Затем важно совместно с сотрудниками определить их профессиональные цели. Для создания карьерного пути сотрудника также важно предоставлять возможности для обучения, прохождения тренингов и получения новых компетенций с фиксацией конечного результата. Полезны будут программы менторства и наставничества.

HR-стратег Элла Деткова также считает, что в компании важно выстраивать систему, при которой сотрудники могут развиваться как вертикально, так и горизонтально. Последний способ становится наиболее популярным в последнее время.

Стоит помнить, что руководителю важно лично разговаривать с сотрудником, чтобы прояснять его цели, интересы и мотивацию. В случае если его личные цели и цели компании не совпадают, результаты работы будут неудовлетворительными.

«Мы можем развивать только тех, кто хочет сам развиваться, и в том направлении, к которому есть интерес и склонность. Усиливайте то, что уже получается хорошо. Поручайте вопросы развития профессионалам», — посоветовала Элла Деткова.

Анастасия Матевосова

СЕРГЕЙ ЕВДОКИМОВ

> Регулярно общайтесь с командой о важных аспектах культуры, поощряйте открытый диалог через опросы вовлеченности. А ежемесячный дайджест новостей будет отличным дополнением к трансляции открытости компании.

ВКЛАД В СИЛЬНУЮ КОМАНДУ

Как компании удерживают кадры и избегают простоев оборудования благодаря заботе о здоровье сотрудников.

В России растет вовлеченность компаний в корпоративные программы профилактических осмотров сотрудников, сегодня их реализуют почти 6,7 тыс. организаций из 85 субъектов страны. Об этом в рамках IX Всероссийской недели охраны труда, которая прошла в Сочи 10–13 сентября 2024 года, сообщила директор департамента организации медицинской помощи и санаторно-курортного дела Министерства здравоохранения РФ Екатерина Каракулина.

«На сегодняшний день 85 субъектов у нас охвачено корпоративными программами — более 1,3 тыс. городов-участников. Только с начала введения этого федерального проекта вовлеченность предприятий возросла в 12 раз: начинали мы с 527 предприятий, сейчас у нас охвачено корпоративными программами почти 6,7 тыс. предприятий», — приводит цитату Екатерины Каракулиной ТАСС.

О том, как корпоративные программы профосмотров персонала помогают удерживать сотрудников и избегать простоев оборудования в связи с болезнями людей, востребованы ли сегодня среди компаний дежурный врач и почему среди МСП растет интерес к программам ДМС, «Деловой газете. Юг» рассказали представители медклиник и страховой компании юга.

ЧЕКАПЫ КАК ПРЕВЕНТИВНЫЕ МЕРЫ

Основная цель профилактического медосмотра, или медицинского чекапа, — выявить заболевание на ранней стадии, а также составить полноценную картину состояния здоровья сотрудников. Многие заболевания на ранних стадиях протекают бессимптомно, и их раннее выявление значительно повышает шансы на благополучное и быстрое излечение, объяснил директор Южного регионального центра «АльфаСтрахование» Николай Дорофеев.

Как считает директор клиники Medical Home Екатерина Ушкало, профосмотры нужны не только для проверки здоровья сотрудников в возрасте. Такие заболевания, как рак молочной железы, тревожные или депрессивные расстройства, а также менее серьезные проблемы, отмечает эксперт, могут затронуть и молодых людей.

По словам Екатерины Ушкало, в последнее время растет число предложений по профилактическим обследованиям, к ним относятся скрининги и чекапы. В первом полугодии 2024 года количество медицинских услуг по таким комплексным программам выросло на 15–20% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года.

«Такую динамику мы связываем с повышением информированности пациентов о важности профилактики и выявления заболеваний на ранних этапах. Современные пациенты осведомлены о рисках, которыми можно управлять, а современные врачи готовы предоставить актуальную медицинскую информацию на эту тему», — объяснила директор клиники.

Управляющая сетью клиник «Здрава» Мария Мостовая отметила растущий спрос на медицинские услуги, оплачиваемые работодателями. По своему опыту она уточнила, что чаще всего за чекапами обращаются из профессиональных спортивных клубов, для которых важна качественная медицина, либо представители сырьевых монополий, специализирующиеся на вахтовой работе.

Как считает директор Южного регионального центра «АльфаСтрахование» Николай Дорофеев, работодатели все чаще инвестируют в здоровье сотрудников с целью повышения производительности, привлечения и удержания ценных кадров.

«Среди тех, кто пользовался такой дополнительной опцией к пакету добровольного медицинского страхования в 2024 году, есть и IT-компании, и ресурсоснабжающие организации, банки, операторы мобильной связи и многие другие», — поделился Николай Дорофеев.

ТЕЛЕМЕДИЦИНА И ДЕЖУРНЫЙ ВРАЧ НА МЕРОПРИЯТИЯХ

По словам директора Южного регионального центра «АльфаСтрахование», среди компаний растет интерес не только к чекапам, но и к медицинскому сопровождению персонала. Цель такого сопровождения — снизить риск, а по возможности не допустить развития системных заболеваний и вывести в ремиссию выявленные болезни. Такие меры обеспечивают работодателю сокращение продолжительности больничных листов, простоя оборудования из-за болезней сотрудников, а также позволяют сократить выплаты сотрудникам, которые замещают болеющих.

Как считает директор клиники Medical Home Екатерина Ушкало, помимо массовых осмотров, предусмотренных законодательством, отличным вариантом будет мотивация сотрудников заботиться о своем здоровье с учетом индивидуальных факторов риска (возраст, наследственность, образ жизни).

Такие варианты сотрудничества могут предложить частные клиники, работающие в рамках современной научной медицины, поскольку профилактика заболеваний и управление рисками — это мероприятия, позволяющие сохранить здоровье, трудоспособность, а зачастую и жизнь, отметила Екатерина Ушкало.

Частные клиники, считает директор Южного регионального центра «АльфаСтрахование» Николай Дорофеев, сегодня предлагают достаточно широкий спектр услуг для работодателей. Так, компании могут обратиться за проведением предрейсовых медицинских осмотров водителей, за корпоративным медицинским обслуживанием сотрудников по прямому договору, а также получить от клиник сезонную вакцинацию от гриппа, оформить дежурство бригады скорой медицинской помощи на корпоративных мероприятиях и договориться о предоставлении услуг телемедицины (обмен медицинской информацией с помощью компьютерных и телекоммуникационных технологий. — Прим. ред.). Кроме того, есть варианты комплексных программ диагностики и даже организации для сотрудников лекций на тему сохранения здоровья.

ВМЕСТО МЕДКАБИНЕТОВ НА ПРОИЗВОДСТВЕ

> В первом полугодии 2024 года количество медицинских услуг по таким комплексным программам выросло на 15–20% по сравнению с аналогичным периодом 2023 года



Сегодня со стороны крупных работодателей появляется тенденция добавления в соцпакет различных видов страхования, а среди малого бизнеса растет интерес к ДМС как к элементу конкурентного социального пакета, рассказывает о трендах директор Южного регионального центра «АльфаСтрахование» Николай Дорофеев.

В то же время, отмечает эксперт, доля малого и среднего бизнеса, предлагающего сотрудникам программы ДМС, в общей структуре сборов пока невелика.

Не пользуются большой популярностью и услуги медицинского аутсорсинга для компаний. Связано это с тем, что размещение специального кабинета и предоставление медуслуг в организации требуют особой документации.

«Это обусловлено необходимостью получать лицензию на осуществление медицинской деятельности по адресу предприятия (лицензии выдаются на конкретный адрес), и соблюдать все лицензионные требования», — сказала управляющая сетью клиник «Здрава» Мария Мостовая.

По ее словам, гораздо быстрее работают прямые договоры сопровождения, когда на предприятии есть куратор (медработник или сотрудник HR-департамента), который напрямую обращается в клинику, где оперативно решаются вопросы по здоровью пациентов, а работодатель получает высокий уровень сервиса и максимально быстро возвращает сотрудников на рабочие места.

Также клиники сегодня предоставляют услуги индивидуального сопровождения сотрудников компаний. Как отметила Мария Мостовая, таким сервисом пользуются сельскохозяйственные предприятия, общепит, а также предприятия пищевого производства для удержания персонала за счет расширенного социального пакета.

Анастасия Матевосова

Шаг за шагом к безопасности

Сегодня многие компании развернулись лицом к сотрудникам и озаботились обеспечением безопасности на рабочих местах. Как на предприятии наладить систему управления охраной труда, «Деловой газете. Юг» рассказала консалтер Ирина Таранушина.

МЕРОПРИЯТИЯ ПО ОХРАНЕ ЗДОРОВЬЯ НА РАБОТЕ

Организацией системы управления охраной труда (СУОТ), как подчеркнула Ирина Таранушина, в коллективе обычно занимаются отдельные специалисты по охране труда.

«Система сохранения жизни и здоровья работников — это перечень действий и мероприятий всех сторон трудовых отношений, которые помогают работнику вернуться домой живым и здоровым», — поясняет Ирина Таранушина.

Основными мероприятиями любого работодателя являются процессы допуска работника к труду. Это обучение требованиям безопасности, медицинский осмотр на предмет отсутствия противопоказаний к выполняемым трудовым функциям (за счет средств работодателя) и обеспечение работника средствами индивидуальной и коллективной защиты от вредных и опасных факторов производственной среды.

«Эти процессы являются основными. Однако базовыми являются процессы анализа производственной среды. К ним относятся процедуры специальной оценки условий труда и процесс оценки профессиональных рисков. Почему они фундаментальные? Именно эти процессы позволяют определить, каким именно опасностям и факторам подвергаются работники, и применительно к каждому конкретному виду работ создать условия снижения уровней риска реализации опасностей или травмирования работника», — пояснила эксперт.



Фото предоставлено Ириной Таранушиной

ДЛЯ КАЖДОЙ КАТЕГОРИИ РАБОТНИКОВ — СВОЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Далее идет группа процессов, направленных на обеспечение безопасности производства, сопутствующих мероприятий и реагирования.

«У нас имеется организация малого или микробизнеса, которая занимается логистикой. На складе работают грузчики двух категорий: одни переносят груз вручную и с помощью механической тележки, другие же используют для транспортировки электропогрузчик. Профессия одна, а условия труда разные. И если мы говорим о мероприятиях, то для каждого вида деятельности они будут персональными», — отмечает эксперт.

Так, у кладовщика, который управляет электропогрузчиком, будут конкретные мероприятия по прохождению медосмотров. Чего не будет у кладовщика, который переносит груз вручную, используя механическую тележку. В мероприятиях по обучению персонала тоже будет разница — разные программы обучения, которые учитывают специфику выполнения работ.

Работодателю необходимо правильно составить мероприятия по обеспечению безопасности, а также объяснить, почему у одного работника костюм с сигнальными вставками, а у другого — обычный. Еще сложнее дела обстоят с производствами, где задействованы химические факторы.

«Например, в подкорке у работников, которые работают с химическими веществами, заложено, что это вредные условия. Поэтому, по мнению работников, им обязательно должны быть назначены какие-либо компенсации, дополнительный отпуск, доплаты и молоко. Но это не так, в данном случае помогут базовые процессы СУОТ — изучение и исследование производственной среды. Данные процессы покажут нам наличие или отсутствие вредных условий труда и опасностей на рабочих местах», — приводит пример специалист.

АНАЛИЗ УСЛОВИЙ ТРУДА

Чтобы верно изучить производственную среду, эксперты проводят полный анализ условий труда.

Первым делом изучают технологические процессы, это требуется в любом виде деятельности, от кладовщика склада до металлурга.

Также проводят анализ применяемого оборудования. Для этого изучаются паспорта на технику и руководство по эксплуатации. В данных документах в обязательном порядке содержатся раздел «Требования безопасности» и перечень опасностей, которым подвергается работник.

Помимо этого, необходим опрос работника на предмет выявления его работ по факту. Примером может быть работник склада, занятый на ручной погрузке с применением механической тележки.

«Нам сразу представляется человек в спецодежде, который перемещает коробки, небольшой груз. А если работник еще выполняет работу по разбору упаковки груза с помощью ручного электроинструмента, а может, даже пневмоинструмента, то это существенно меняет условия труда. Если у него добавится палетоукладчик или запаивание товара в полиэтилен, то это дополнительные виды опасностей, которые влекут за собой дополнительные меры безопасности», — приводит примеры Ирина Таранушина.

Кроме того, выполняют осмотр путей перемещения работника. По пути следования на рабочее место (на территории работодателя или вне ее — по поручению работодателя) он может подвергаться дополнительным опасностям.

«Например, доставка посылок этим же кладовщиком в частный сектор: возникает опасность укуса животными. Чтобы обезопасить себя, можно выдать ему отпугиватель собак», — советует эксперт.

По словам Ирины Таранушиной, если работника не привлекают к оценке производственной среды, то у него могут возникать вопросы. Если человек не находит ответов на вопросы, он начинает додумывать. Эксперт отметила, что работнику свойственно в первую очередь искать недостатки в организации. Следовательно, если не решить этот вопрос, не выслушать сотрудника и не разъяснить нормы, дело может принять нехороший оборот.

«Правильная коммуникация между работниками и работодателем позволяет избежать трудовых споров. В компаниях, где имеется профсоюзная организация, у работников есть существенная поддержка и опора, а работодатель уверен, что вопрос может быть решен до возникновения серьезных конфликтов», — отмечает эксперт.

У работодателя есть обязанность согласовывать результаты анализа производственной среды с представителями работников, что позволяет «на берегу» увидеть нарушение прав работников и предотвратить причины трудовых споров.

Анастасия Талызина

Донская Школа фермера продолжает помогать начинающим аграриям

Ростовская область в четвертый раз присоединилась к масштабному образовательному проекту Россельхозбанка. Торжественное открытие нового потока обучения состоялось 19 сентября. За парты сели 35 начинающих аграриев.



19 сентября в Донском регионе в четвертый раз началось обучение в Школе фермера. Образовательный проект Россельхозбанка, реализованный на базе ДонГАУ при поддержке министерства сельского хозяйства и продовольствия, подготовит студентов по специальностям «реализация проектов в сфере сельского туризма», «развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации», «организация и развитие собственного дела в сфере сельского хозяйства».

Через три месяца студентам предстоит защитить бизнес-планы перед экспертной комиссией, получить дипломы о профессиональной переподготовке и начать воплощать полученные знания в жизнь.

«Мы выбрали наиболее востребованные специальности для нашего региона. Уверена, что для каждого из наших студентов Школа фермера станет новым толчком к развитию и возможностью реализовать себя в АПК, а программа обучения даст необходимые навыки и знания для этого», — отметила директор Ростовского регионального филиала Россельхозбанка Лариса Туишева.

Супруги Григорий и Наталья Падалко из села Кагальник Азовского района пришли в Школу фермера целой семьей. Они выращивают на мясо крупный рогатый скот, в планах — заняться молочным направлением с последующей переработкой. Есть у супругов и еще одна задумка — организовать глэмпинг на собственном земельном участке площадью 100 га, расположенном на живописном берегу реки Кагальник. В семье уверены, что реализовывать такие проекты лучше сообща. Поэтому Григорий выбрал в Школе фермера направление «развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации», а Наталья — «реализация проектов в сфере сельского туризма».

Замминистра донского минсельхозпрода Елена Толмосова отметила растущий интерес к Школе фермера со стороны аграриев: в этом году конкурс составил три человека на место.

«Мы уверены в качественной подготовке слушателей на базе аграрного университета и рассчитываем, что выпускники проекта примут активное участие в госпрограмме развития сельского хозяйства. Малому бизнесу на селе доступно порядка 50 направлений господдержки. Наибольшим спросом пользуются грантовые программы. За последние 12 лет, с тех пор как появился этот инструмент — предоставление грантов на развитие собственного дела, было выдано более 3,4 млрд рублей. Можно сказать, что каждый двенадцатый фермер, который сегодня работает на Дону, является получателем гранта», — рассказала Елена Толмосова на церемонии открытия.

Впервые в Ростовской области проект был реализован в 2021 году. В масштабах всей России это уже десятый набор Школы фермера. В нем принимают участие 50 субъектов Российской Федерации, а число слушателей превысит 1100 человек. По результатам девяти волн реализации проекта с начала запуска в 2020 году Школа фермера выпустила более 6500 человек в 66 регионах страны.

Реклама. АО «РОССЕЛЬХОЗБАНК». 16+

Хантинг через человечное общение

Найти хорошего профессионала сегодня можно только через личные связи, сарафанное радио или путем переманивания специалистов у конкурентов, считают некоторые HR-менеджеры. Поэтому начальники отделов кадров идут на разные ухищрения, разрабатывая свои методы поиска персонала.



МАРИЯ КНИЖНИКОВА

Экс-директор «РестПрофи», ведущий преподаватель курса «Управление человеческими ресурсами» кафедры «Капитаны» Южного федерального университета, психолог и бизнес-тренер в Ростове-на-Дону Мария Книжникова назвала такие тренды в поиске персонала, как набор кадров во время проведения обучения, использование приемов нумерологии, человечное живое общение через мессенджеры и разработка виртуальных туров по офису компании. По словам специалиста, используя эти технологии, удается найти квалифицированных сотрудников специально для вашей компании — с тем набором компетенций, который нужен на данных должностях.

ХАНТИНГ ВО ВРЕМЯ ОБУЧЕНИЯ

По мнению Марии Книжниковой, компания обязательно должна иметь свой HR-бренд и всячески его развивать. У этого HR-бренда должно быть свое лицо — желательно, чтобы это лицо было приятным, говорящим и вызывающим у своей целевой аудитории понятные ценности.

Что касается технологий поиска персонала, то Мария в своей практике выбирает альтернативные способы. Так, сегодня особой эффективностью отличается способ поиска сотрудников через обучение: отдел персонала собирает специалистов на обучение и уже впоследствии отбирает подходящие кадры.

«Мы приглашаем людей на открытый тренинг по продажам и обещаем научить продавать. Они приходят и проходят обучение в течение получаса-часа. После чего мы интересуемся, хотят ли они действительно продавать, и предлагаем научить продажам уже в процессе работы в компании», — рассказала о своей методике Мария Книжникова.

Благодаря такому подходу Мария уже в учебной группе смогла найти человека, который подойдет для закрытия вакансии в экспериментальном отделе продаж. Сделать это через сайт поиска работы не представлялось возможным, поскольку такие специалисты обычно не размещают там свои резюме.

ЧЕЛОВЕЧНОЕ ОБЩЕНИЕ ЧЕРЕЗ МЕССЕНДЖЕРЫ

Так, по словам специалиста, сотрудники отдела персонала и развития компании «РестПрофи» общаются с соискателями исключительно через мессенджеры и никогда не звонят им.

«Несмотря на то что соискатели разместили свои резюме на порталах поиска работы, на телефонные звонки они отвечать не хотят. Не ждите, что они будут вам отвечать. Соискателям нужно писать, а не звонить: «Привет. Меня зовут так-то... Увидели ваше резюме на сайте поиска работы...» — делится опытом Мария Книжникова.

В текстовое сообщение можно добавить эмодзи: смайлики, котиков — одним словом, человечность.

ВИРТУАЛЬНЫЙ ТУР ПО КОМПАНИИ

Некоторые компании внедряют в механизм поиска сотрудников виртуальный тур по офису. В таком случае человек, пока не работающий в компании, может виртуально пройтись по ней и почувствовать себя в этих стенах.

В «РестПрофи» в случае договоренности о проведении собеседования присылают видеонавигатор — смешное видео с инструкцией, как дойти до офиса компании. Благодаря этому видео, где на экране можно увидеть действующих сотрудников, соискатель запоминает, что речь идет именно об этой компании. Когда он приходит в офис, то его встречают уже знакомые лица.

«Он уже запомнил, что мы — именно эта компания, называемся так-то, такие-то лица у наших сотрудников. Без видео соискатель может общаться скованно: «Да», «Нет», «Хорошо»... Но когда увидит такое видео, то скажет: «Ой, как весело!», «Ой, спасибо! До встречи!» Контакт будет установлен. Такие формы взаимодействия с людьми эффективны», — считает HR-специалист.

НУМЕРОЛОГИЯ В HR

По словам Марии Книжниковой, многие HR-менеджеры стали внедрять такие технологии поиска сотрудников, как нумерология. В этом случае лидерские качества определяются по набору в дате рождения потенциального сотрудника.

«С одной стороны, смешно. Но практика показывает, что крупные компании так и работают. Многие HR-специалисты давно с этим работают, но никому не говорили об этом, потому что было стыдно. Но в 2023 году на профессиональных конференциях они стали об этом говорить», — приоткрывает завесу профессионального подхода Мария.



Фото Freepik.com

Иногда способ управления тем или иным сотрудником, подход к нему может зависеть от того, в каком знаке зодиака у него Луна или Солнце. Возможно, для кого-то такие методы коммуникации с людьми покажутся странными и необычными. Но, с другой стороны, они представляют собой своеобразные «инструкции по эксплуатации» сотрудника, отмечает директор отдела кадров и развития «РестПрофи».

> Многие HR-менеджеры стали внедрять такие технологии поиска сотрудников, как нумерология. В этом случае лидерские качества определяются по набору в дате рождения потенциального сотрудника

АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА

Адаптацию персонала специалист советует проводить через разные способы взаимодействия с людьми: чтобы инструкции были не инструкциями, а гайдами, чек-листами, планерами, чтобы распределение по зонам ответственности происходило через чат-ботов, а информация подавалась с помощью нарисованной инфографики, поскольку современное поколение читать не любит.

«Я направляю помощнику свой текст, он пишет: «Ужасно, много текста». Современное поколение может двигаться, если ему показали, как из точки А попасть в точку Б», — подчеркнула Мария.

Однако при этом новым сотрудникам компании должна быть предоставлена свобода действий, чтобы они могли проявить свои способности.

> Именно имидж руководителя, его репутация, харизма, коммуникативные способности являются ключевыми в выборе места работы

АКЦЕНТ НА РУКОВОДИТЕЛЕ

Также, по словам Марии, сейчас прослеживается огромный тренд на лидерство. Так как на рынке соискателей крайне мало, руководитель играет в звене набора ключевую роль.

«Именно имидж руководителя, его репутация, харизма, коммуникативные способности являются ключевыми в выборе места работы. Я считаю, что именно руководители должны брать на себя управление проектами набора и адаптации. Иначе нехватка персонала будет вечным уделом их отделов», — подчеркивает HR-эксперт.

На работе как дома

Чтобы мотивировать своих сотрудников подольше оставаться в офисе, многие работодатели стараются сделать рабочую зону максимально комфортной: наполнить ее удобной мебелью, вкусным кофе, бесплатными «печеньками» и другими маленькими радостями офисных служащих.

На вопрос, какие офисы с интересными решениями вы знаете на юге, читатели сразу назвали офисы компании «Клерк.Ру» в Краснодаре и Студии Чулакова в Ростове-на-Дону.

«Деловая газета. Юг» узнала у основателей этих бизнесов, с какой целью они вкладывают деньги в создание необычных интерьеров, организуют для сотрудников бесплатную йогу и уроки английского, а также окупаются ли эти затраты в виде повышения показателей.





Фото предоставлены Борисом Мальцевым / «Клерк.Ру»

ЛОФТ-ПОМЕЩЕНИЕ ДЛЯ КОМАНДЫ ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЯ

О том, что «таких классных офисов больше нет в Краснодаре», **основатель «Клерк.Ру» Борис Мальцев** обычно узнает по первой реакции соискателей вакансий, которые приходят на собеседование.

«Поскольку я живу в Краснодаре, именно здесь сформировалось управление компанией и основное ядро проекта. Долгое время проект существовал только в интернете, но в 2019 году, когда компания начала стремительно расти, нам понадобилось физическое пространство. Мы купили помещения и сделали ремонт, который полностью отвечал нашим желаниям и видению идеального рабочего пространства. Это выглядит очень прикольно. Горжусь этим решением», — заявляет Мальцев.

Офис крупнейшего издания для бухгалтеров в России «Клерк.Ру» расположен в центре Краснодара. Здесь сегодня работают 60 из 150 сотрудников компании. Помещение занимает 500 квадратных метров на последнем, 11-м этаже здания и состоит из двух частей по 250 квадратов, выкупленных нынешним владельцем в разное время. Высота потолков в офисе достигает пяти метров, внутри пространство разделено стеклянными перегородками. Ремонт в помещении сделан в стиле лофт.

По словам Бориса Мальцева, основной целью было создать уютное, современное и функциональное пространство, которое бы способствовало продуктивной работе и поддерживало в коллективе креативную атмосферу.

ДИЗАЙНЕРСКИЙ ПОДХОД И ТРЕНЕР ПО ЙОГЕ

К оформлению первой части офиса его владелец подошел профессионально, пригласив для этих целей дизайнера интерьера Анастасию Черемисину, которая во многом опиралась на пожелания заказчика. В результате проект дизайн-решения офиса краснодарской компании вошел в шорт-лист премии Best Office Awards 2024.

Помимо дизайнерского интерьера, сотрудникам предлагается работать практически в ботаническом саду — в окружении 119 точек с домашними цветами. В офисе работает флорист, который постоянно поддерживает растения в нужном состоянии.

«Также у нас в офисе есть три кухни, четыре чайника и две кофемашины. Кроме того, есть теннисный стол. По вторникам и четвергам проходят тренировки по йоге с приглашенным тренером», — перечисляет Борис Мальцев.

УЛУЧШАЕТ НАСТРОЕНИЕ И ТРУДОСПОСОБНОСТЬ

По мнению Мальцева, создание комфортных условий положительно повлияло на мотивацию сотрудников, которые сейчас стали чаще задерживаться в офисе не по необходимости, а потому, что им нравится работать в этом пространстве.

«Уютная атмосфера и современная обстановка способствуют не только повышению трудоспособности, но и улучшению общего настроения, что, в свою очередь, положительно сказывается на результатах работы команды», — подчеркивает основатель «Клерк.Ру».

Важное значение комфортности офиса компании для повышения трудоспособности всего коллектива признают и в ростовском отделении Студии Олега Чулакова, где при создании интерьера были учтены пожелания специалистов.

«Безусловно, трудоспособность и желание находиться в офисе увеличились, так как многим работать в таком пространстве гораздо удобнее и приятнее, чем дома», — отмечают в компании.



> По словам Бориса Мальцева, основной целью было создать уютное, современное и функциональное пространство, которое бы способствовало продуктивной работе и поддерживало в коллективе креативную атмосферу

Ростовский офис **Студии Олега Чулакова** продуман до мелочей: 70 сотрудников компании находятся в просторном светлом опенспейсе площадью 700 квадратных метров. Помещение располагается на третьем этаже современного бизнес-центра.

ПЛАНЕРКИ В «ВОСТОРГЕ»

К слову, Олег Чулаков является автором концепции эмоционального дизайна, которая предполагает создание цифровых продуктов, вызывающих эмоции.

«Пользуясь созданными нами приложениями, люди получают дозы дофамина, что создает эмоциональную связь между интерфейсом и пользователем, брендом и потребителем. Именно поэтому Студия Олега Чулакова зарегистрировала слоган «Дизайн для людей». Эту же концепцию мы закладывали в интерьер офиса. Место, вызывающее эмоции», — рассказывают в пресс-службе компании.

Для важных переговоров и созвонов с клиентами специалисты используют удобные переговорные комнаты с хорошей шумоизоляцией. Для поддержания идеи эмоционального дизайна эти «переговорки» названы эмоциями: «Ярость», «Восторг», «Шок» и «Предвкушение». Например, еженедельные планерки топ-менеджмента проходят всегда в «Восторге».

Также в офисе есть спортивный зал, настольный теннис, душевая комната и гамаки для отдыха. Для сотрудников регулярно проходят занятия по английскому языку и йоге, а в свободное время устраиваются турниры по настольному теннису.

Кристина Бочарова, Анастасия Талызина



Фото предоставлены Студией Олега Чулакова

Сектор «человек» на барабане

Сегодня HR-специалисты играют ключевую роль в успехе бизнеса, создавая и продвигая корпоративные ценности, которые соответствуют стратегии компании. Участники 2-й HR-конференции «Инновационные подходы в развитии корпоративной культуры. Новая роль HR в бизнесе» узнали, как инновационные подходы могут помочь достичь новых высот в работе с персоналом и бизнес-результатах.



НАТАЛЬЯ ЧЕРКАСОВА,
бизнес-тренер международной квалификации ICBT

Так, бизнес-тренер международной квалификации ICBT, автор и преподаватель программы повышения квалификации «Коучинг в управлении командами и проектами» в РАНХиГС и ведущий эксперт АНО «Интегра» **Наталья Черкасова** рассказала об эффективном управлении командой с точки зрения человека. В пример была приведена 17-факторная модель управления, озвучены факторы, влияющие на повышение эффективности команды.

МИР ИЗМЕНИЛСЯ, А МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ — НЕТ

Работая с командой «Счастье в деятельности» Филиппа Гузенюка, Наталья познакомилась с 17-факторной моделью управления бизнес-системой, где каждый фактор отвечает за тот или иной аспект. Сегодня такой подход к работе является актуальным, считает специалист, что продиктовано изменившимися обстоятельствами в мире.

«Раньше мир был устойчивым, понятным, стабильным. Теперь же он фундаментально изменился, а управлять в этом мире мы продолжаем теми же самыми привычными механизмами — так, как будто этот мир до сих пор упорядочен. Бизнес-циклы компаний сокращаются. Иерархии, должностные инструкции, регламенты, которые все пытаются выстраивать, опираясь на старые динамики, не работают», — отмечает эксперт. Поэтому, по словам Натальи Черкасовой, сегодня все больше компаний задумываются о внедрении и развитии своей корпоративной культуры.

СЕКТОР «ЧЕЛОВЕК»: ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ

Сектор «человек» в 17-факторной модели управления системой — первый и самый главный. Иногда 17-факторную модель рассматривают как «дом компании», где одна «комната» — это **«я», человек.**

«Какие источники энергии в компании работают на человека? Первый и самый главный — это смыслы: зачем я хожу на работу? Сегодня в крупных компаниях, где человека вроде бы уже нет, стали думать о личной стратегии человека. Они приглашают коуча, чтобы он поработал с людьми над их личной стратегией, а не над корпоративной», — отмечает Наталья.

В голове у HR-специалистов постоянно идет борьба: «мы научим сотрудников — и они уйдут» или «мы их не научим — они останутся». У них есть запрос «со звездочкой»: как поработать с сотрудниками так, чтобы те и личную стратегию проработали, и в компании остались? Как сделать так, чтобы личные смыслы «сшились» со смыслами бизнеса?

Второй источник энергии — это **состояние потока.** По словам Натальи Черкасовой, время не линейно: в одну единицу времени можно сделать как очень много, так и очень мало. Часто это зависит от энергии, которая нас наполняет. Если человек приходит на работу, где ему скучно, то он начинает конфликтовать и доказывать свою точку зрения.

«Состояние потока — это состояние тотального переживания своей деятельности: когда ты глаза опустил-поднял, а прошло пять часов. Это какая-то сложная задача, которую нужно было сделать», — поясняет коуч.

Третий источник энергии — это **оптимизм**, способность видеть ценность тех ситуаций, которые с нами происходят, способность видеть хорошее с точки зрения развития.

Четвертый источник — **развитие,** способность учиться у своей работы: каждый день я делаю что-то, что делает лучше меня, а я делаю лучше его.

Пятый источник энергии — это **чувство уважения** и любви к коллегам.

Шестой источник — это **состояние игры в бизнесе.** Природой в нас заложена способность играть. Мы обучаемся, играя. Но в какой-то момент нас стыдят, что мы уже взрослые. Игра нас вовлекает, но не все мы и не всегда ее применяем.

Седьмой источник энергии — **точка влияния,** способность брать ответственность на себя.

«Было бы правильно смотреть на эти источники энергии на входе, при подборе персонала. Нужно при приеме на работу определять, насколько человек может находить оптимизм в сложных ситуациях. Чем ты живешь, что для тебя важно, а не «расскажите о своих победах и поражениях». Ради чего ты пойдешь на подвиг», — подчеркивает эксперт.



фото предоставлено АНО «Интегра»

Руководитель сегодня является ключевым рычагом изменений, считает Наталья Черкасова. Если руководитель против, то значит, его нужно перетащить на «светлую» сторону. Сегодня большинство высокопоставленных людей, топ-менеджеров и собственников думают не о результате, а о состоянии: из какого состояния я принимаю решение. При этом состояние лидера в 10 раз больше влияет на команду, чем состояние любого другого сотрудника.

СЕКТОР «КУЛЬТУРА»

Те перевороты в компании, которые доступны, руководители могут создавать из простых мелочей, вовлекающих людей в процесс деятельности.

«В 2016 году мы стали собирать кросс-функциональные команды изменений и проводить мероприятия по всей стране с целью оптимизации процессов. Как коуч, я всегда начинала с определения командных ценностей: ради чего люди работают? И если я этот элемент пропускала, то через какое-то время вся команда откатывалась назад, а мне приходилось начинать все с правильных вещей. Поэтому, если у вашей компании есть миссия и ценности, которые проявляются в реальной жизни, и налаженные определенным образом отношения, если вы работаете с определенными корпоративными мемами и ритуалами, то корпоративная культура в компании у вас точно есть», — поясняет эксперт.

Специалист выделяет следующие практики уровня «культура».

Компания как продукт. Здесь главный продукт компании — сама компания, которая активно работает над постоянным самоулучшением, несколько раз в год проводит демодни, и каждый из них воспринимается как релиз себя. Каждый отдел готовит презентацию себя как обновленного продукта, рассказывает об исправленных ошибках, о добавленных функциях, об изменениях в работе, демонстрируя свою гибкость.

Внутреннее консультирование. Такая практика подойдет тем, кто хочет что-то изменить в компании, будучи линейным специалистом, а не руководителем. В данном случае любой может предложить решение, которое не нужно согласовывать с каждым. Это решение, как правило, принимается на общем обсуждении и далее спускается ниже.

Миссия — это сердце компании. По мнению коуча, миссию бывает достаточно даже «набросать на салфетке». Обычно это делает лидер или HR-специалист и говорит, кто мы такие и что мы делаем для большой системы. Миссия отвечает на вопрос, что команда хочет получить, кроме денег, какой социальный вклад она создает.

Ценности. В компании могут вести книгу ценностей. Но ценности — это не тогда, когда их просто написали и выучили. Ценности проявляются в мелочах: как сказал, как встретил, как поговорил...

Топы как амбассадоры ценностей. Нет лучшего примера, чем свой собственный. Так, в Сбере есть практика «Топы в полях», когда каждую пятницу топ должен спускаться «на фронт» и своими глазами видеть, что происходит в компании. Из своего кресла он бы никогда не увидел ситуацию изнутри. В «Ашане» реализовывалась практика «Топы из-за касс», в рамках которой топ-менеджеры садились за кассы и сами обслуживали покупателей. Сегодня ведущие компании действуют так, как будто им грозит потеря клиентов.

Отношения в команде. Отношения — это то, чем «пропитана» коммуникация в компании. 95% бизнес-проблем связано с недостаточностью коммуникации или вообще с ее отсутствием.

«У нас корпоративная политика зачастую не предполагает связи снизу вверх. Если компании будут внедрять обратную связь, тогда культура обратной связи берется в работу», — рассказывает Наталья Черкасова.

Ангел. Примером может быть практика «ангел», когда другой сотрудник собирает о человеке обратную связь. Ангел назначается совершенно рандомным образом и, собрав информацию, аккуратно говорит, где человек — молодец, а где ему нужно еще развиваться.

Random Coffee. Один из застройщиков Санкт-Петербурга после пандемии придумал формат Random Coffee, когда сотрудники компании рандомно приглашали друг друга на кофе, благодаря чему между ними налаживался диалог и усиливалась коммуникация внутри всего коллектива.

Корпоративный мем. Мем — это живой, плотно упакованный смысл, несущий чаще негативную нагрузку. Мемы можно слушать, собирать в словарь под определенную задачу и трансформировать в позитивные на живых встречах.

Ритуалы — это традиции в компании: корпоративы, поздравления с днем рождения и другое. Бывают большие традиции, но сотрудники могут предлагать новые ритуалы.

> Сегодня большинство высокопоставленных людей, топ-менеджеров и собственников думают не о результате, а о состоянии: из какого состояния я принимаю решение. При этом состояние лидера в 10 раз больше влияет на команду, чем состояние любого другого сотрудника

Полностью статью читайте на сайте «Деловой газеты. Юг»

Нейросети и боты для бизнеса

Согласно данным Forbes, мировой рынок искусственного интеллекта (ИИ) оценивается в 136 млрд долларов. Ожидается, что в течение последующих семи лет индустрия вырастет в 13 раз. 83% компаний считают ИИ приоритетом в своем бизнесе, а 97% предпринимателей уверены, что ChatGPT поможет им в работе.

Разработчик сервисов рекламы блогеров, сооснователь продуктовой IT-компании FullHouse **Марк Березкин** рассказал о популярных нейросетях, которые модернизируют бизнес на любом этапе его развития.



фото предоставил Марк Березкин

> ChatGPT после 2022 года не смотрит информацию, поэтому новости, дипломы, работы в него необходимо загрузить самостоятельно. ChatGPT — это алгоритмизированный поиск, который работает на высоких мощностях, серверах. Когда конечный потребитель условно за 500 рублей пробует написать диплом, он заставляет работать мощности на предельных уровнях. Поэтому информация сейчас не подгружается

НЮАНСЫ РАБОТЫ С CHATGPT

По данным HubSpot, использование ИИ при создании контента позволяет маркетологам экономить до трех часов рабочего времени на каждом материале. 20% применяют технологии для написания текстов, 20% — для создания изображений, а 18% используют ИИ для составления плана материалов.

По словам Марка Березкина, ChatGPT руководствуется только информацией, внесенной в программу до 2022 года. Если необходимо провести анализ данных настоящего времени, то нужно загрузить свои документы в нейросеть.
«ChatGPT после 2022 года не смотрит информацию, поэтому новости, дипломы, работы в него необходимо загрузить самостоятельно. ChatGPT — это алгоритмизированный поиск, который работает на высоких мощностях, серверах. Когда конечный потребитель условно за 500 рублей пробует написать диплом, он заставляет работать мощности на предельных уровнях. Поэтому информация сейчас не подгружается», — рассказывает эксперт.

Марк Березкин советует давать нейросети понятные и четкие задания, указывать цель своей работы. Например, для начала сообщить о самом продукте, который хочет получить пользователь. Далее — составить план и приступить к работе с ним.

Также нейросеть может давать ответы только на те вопросы, ответы на которые в нее заложены разработчиком. Если подходящей информации не имеется, то обратной связи не последует. При внедрении нейросетей в свою работу нужно предусмотреть возможность подключения человека к решению задачи, например прописать для ИИ фразу: «Я сейчас затрудняюсь ответить, с вами свяжется мой коллега».

НЕЙРОИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ РАБОТЫ

По словам Марка Березкина, полезным инструментом в бизнесе является **«Нейроскрайб»** — это эффективный AI-помощник для авторов. Он предлагает несколько инструментов, которые упрощают выполнение разных задач: создает контент на основе готовых примеров, отвечает на все вопросы, а также создает нейрокартинки на основе текстового запроса.
SellerGPT.ru — искусственный интеллект, в базе которого прописано быть «менеджером по продажам». В него загрузили курсы по продажам и перепискам, книги, техники возражений.
«Сейчас предприниматели подключают искусственный интеллект к себе в CRM-систему. К примеру, ИИ в WhatsApp анализирует информацию, принимает решение и выдает ответ пользователю в зависимости от существующих данных. Раньше же чат-боты, построенные на алгоритмах, спрашивали данные пользователя и перенаправляли их к менеджеру. Или выдавали подходящий под запросы человека список продуктов», — пояснил Марк Березкин.

Эта нейросеть позволяет быстро провести клиента по воронке продаж, закрытием которой станет видеозвонок или очная встреча. Нейросеть может посоветовать пользователю ознакомиться с кейсами компании, показать отзывы или прислать таблицу для записи на собеседование. Таким образом, для решения минимальных, но все же трудозатратных задач не понадобятся люди.

Кроме того, блогеры могут использовать SellerGPT.ru, чтобы давать обратную связь на часто возникающие вопросы в директе. Это повысит доверие аудитории.
Mymeet — нейросеть, позволяющая структурировать информацию, поступающую во время созвонов в различных мессенджерах. По словам эксперта, она помогает транскрибировать данные в удобном формате: указывает, кто и что сказал, а также расписывает задачи.
Slider — решение для создания стандартной презентации в короткие сроки. Если клиенту нужен только текст с картинками, то можно не тратить деньги на создание продукта дизайнером.
«Вы говорите, сколько вам нужно слайдов и каких цветов, загружаете информацию. Распределяете текст на каждый слайд. Slider видит, что в этом тексте написано, и в зависимости от него генерирует картинки», — комментирует разработчик сервисов рекламы блогеров.

ПОЛЕЗНЫЕ ПРОДУКТЫ: ЧАТ-БОТЫ, СЕРВИСЫ

Tomorrow — бот, который общается с клиентами посредством входящих и исходящих звонков. Он звучит как настоящий человек.
RecPlace — анализ бизнеса со стратегией. Компания подключила у себя в алгоритмах множество нейросетей, которые могут расписать по пунктам план для предпринимателей.
«Например, если у вас кофейня, вы можете им задать адрес кофейни, они проанализируют, сколько в периметре 5 км получают конкуренты, при помощи ОФВД-накопителей. Проанализируют их сайты, составят контент-планы, посоветуют стилистику сайта», — делится эксперт.
Give Me Public — нейросеть, которую можно подключить к Telegram. Она просматривает информацию с каналов конкурентов и рерайтит наиболее популярные темы в соответствующей каналу тематике.
«Give Me Public берет во внимание только посты, которые набрали больше всего просмотров и реакций за каждый день. Выбирает лучшие, переписывает и публикует в канале», — рассказывает Марк Березкин.
Product Radar — российская IT-площадка, на которой размещается информация о новых продуктах и разработках. Чтобы попасть на нее, необходимо сделать денежный взнос и пройти проверку модератора. После поддержки эксперта продукт публикуется в еженедельной подборке.
StudGPT.ru — нейросеть для учебы, сделанная студентами для студентов. Она умеет анализировать фото и документы, помогает готовить ответы на задания и анализировать лекционные материалы.

Кристина Бочарова, Анастасия Талызина. Информационный обзор редакции

Редакция «Деловой газеты. Юг» в рамках постоянной некоммерческой рубрики «История успеха» в соответствии с озвученной президентской политикой поддерживает предпринимателей, которые решились на создание своего дела. Герои серий постоянных редакционных обзоров «Деловой газеты. Юг» — представители МСП, многие из них только в начале своего пути, но им уже есть чем поделиться, рассказать, какие шаги в развитии своего дела были удачными, а где они совершили ошибку. О важности поддержки МСП неоднократно говорил президент России Владимир Путин. В своем послании 29 февраля 2024 года он обратил внимание, что малый и средний бизнес вносит все более значимый вклад в экономический рост. Также ранее Владимир Путин обозначал необходимость поддерживать отечественные бренды и способствовать их продвижению на всех уровнях, в том числе в СМИ, социальных сетях и новых медиа.

Шаурма по франшизе

Как бывший кавээнщик обанкротился, открыв бар-ресторан, но заработал на шаурме.

Житель города Азова Ростовской области Андрей Яковер 11 лет успешно выступал на сцене КВН как в Ростовской области, так и в Москве, его команда даже дошла до Премьер- и Высшей лиги КВН на Первом канале. Сегодня Андрей является собственником сети быстрого питания «Шаурма shop» с 33 точками по области.

Однако в ходе семинара «Тиражируем успех. Практические советы по организации бизнеса на основе франшиз» в Центре истинных ценностей предприниматель рассказал, что не всегда ему в его начинаниях так везло. Путь к международной франшизе был долог.

ЗАРАБАТЫВАЛИ НА БАРЕ ВСЕ, КРОМЕ ВЛАДЕЛЬЦА

По признанию самого Андрея, КВН дал ему очень много: быстрое принятие решений, оперативность, коммуникабельность и нахождение общего языка с людьми. Также КВН повлиял на формирование будущей компании бизнесмена, которая занималась организацией мероприятий.

«Кавээнщики во многих случаях потом уходят в организаторы мероприятий. В течение 16 лет я работал в сфере ивента. Но потом подумал, что в 50 лет быть ведущим — это такое себе. Следующая стадия после ведущего и юмористических проектов — это свой бар, где можно выступать и зарабатывать. При этом люди будут приходить и смотреть на тебя. Тогда я открыл бар «Ван Гог» в Азове... Весь город был у нас, деньги лились рекой... Но мимо меня», — рассказывает Андрей Яковер.

По его словам, зарабатывать на его баре получалось у всех — от официантов до барменов, от охранников до администраторов. В итоге такое свободное управление привело к плачевным последствиям: через три года работы бара предприниматель стал банкротом, заведение было закрыто. Чтобы вернуть долги, Андрею даже пришлось продать дорогой автомобиль и квартиру.

СЕТЬ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ, СОСТОЯЩАЯ ИЗ ОДНОЙ ТОЧКИ

Однажды, когда уже бывший предприниматель, но еще действующий организатор свадеб, оставшийся без постоянного заработка, получил аванс в размере 5 тыс. рублей за проведение будущей свадьбы, он даже вскричал: «Ребят, живем! Есть еще одна пятерочка». Но в этот же момент почувствовал обиду за себя и захотел полностью поменять свою жизнь.

«На следующий день я уже начал думать. И я придумал создать сеть фастфуда. Почему фастфуд? У меня уже был опыт — бар «Ван Гог». Пусть он плохой, но на его примере я понял, что было не так. Не было точек контроля, не было нужного персонала, не было понимания, как устроен общепит, как ведется товарный учет... Я поработал над этими ошибками», — вспоминает предприниматель.

Но начал Андрей с себя — похудел на 13 кг. Далее, собрав «последние деньги», в 2019 году он открыл первую точку шаурмы в Азове, которая работает до сих пор. По его словам, уже тогда он знал, что у него будет целая сеть, хотя в то время люди еще не совсем доверяли уличным лавкам с едой. Но бизнесмен сразу разместил на фасаде киоска вывеску «Сеть быстрого питания», хотя тогда не было еще никакой сети.

«Мы потратили на эту вывеску 120 тыс. рублей, а на открытие всей точки (включая ремонт) — 450 тыс. рублей. Не зная, что эту точку открыл я, люди говорили: «О, наконец в нашем городе появится федеральная сеть общественного питания, что-то серьезное и достойное», — рассказывает Андрей.



Фото предоставлено Андреем Яковером

ТЕСТИРОВАНИЕ РАЗНЫХ ТОЧЕК В РАЗНЫХ МЕСТАХ

Несмотря на то что точка располагается далеко не в центре города и не была особо трафиковой, люди начали приезжать в нее специально, чтобы поесть шаурмы. После этого в течение двух лет предприниматель открыл еще пять точек в городах Ростовской области: Азове, Батайске и Ростове-на-Дону. Точки специально создают разные по формату и площади — 15, 20, 95 квадратных метров, чтобы проанализировать, как они работают, находясь в разных местах.

«Шаурмичную можно открыть и за 10 млн рублей — в нашей стране есть примеры таких сетей франчайзинга, которые открывают шаурмичные за 5–10 млн рублей. Но там окупаемость будет два-три года», — поясняет Андрей.

На открытие заведений быстрого питания его сети можно потратить до 1,5 млн рублей, но не меньше. Если открыть заведение за 500–600 тыс. рублей, то зарабатывать с него не получится, считает предприниматель.

> За время работы сети быстрого питания поменялась и ее главная миссия, которая сегодня звучит так: «Меняем стереотипы о шаурме». Сегодня шаурмичная — это не та точка у метро, которая долгое время была в сознании потребителей, где повар «непонятно в каком фартуке непонятно из чего делает шаурму»

КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ — СОТРУДНИКАМ, ШАУРМУ — ПОСЕТИТЕЛЯМ

Андрей Яковер сравнивает свою сеть питания с «Макдоналдсом» и мечтает достичь таких же высот. Поэтому уже сейчас бизнесмен выработал уникальное товарное предложение для гостей — 17 абсолютно разных видов шаурмы, где каждый сможет найти свою. При этом на кухне не применяются усилители вкуса и добавки, мясо используется только охлажденное.

«Теперь говорят, что деньги не главное для сотрудников — они хотят еще чего-то, они хотят чувствовать себя частью одной большой компании. Понятное дело, что мы не «Макдоналдс», но скоро мы им будем. И они будут гордиться, что работают у нас. Многие смотрели фильм «Основатель» — про основателя «Макдоналдса». В чем была уникальность «Макдоналдса»? Они быстро делали один вид бургера: человек только заказал — и тут же получил заказ. То есть люди не ждали. Но сейчас «Макдоналдс» поменял свое видение: в настоящее время у них много бургеров и не только бургеров. Мы сразу пошли к тому, что сегодня есть у них, цепляя разную целевую аудиторию», — смело заявляет Андрей Яковер.

За время работы сети быстрого питания поменялась и ее главная миссия, которая сегодня звучит так: «Меняем стереотипы о шаурме». Сегодня шаурмичная — это не та точка у метро, которая долгое время была в сознании потребителей, где повар «непонятно в каком фартуке непонятно из чего делает шаурму». По мнению предпринимателя, все эти шаурмичные у метро должны наконец понять, что им нужно меняться или закрываться.

ФРАНШИЗА ПО СТРАНЕ И В НОВЫХ РЕГИОНАХ

Франшизу предприниматель упаковал в 2021 году, после чего начались первые продажи. Партнеры компании, чтобы начать работать, должны были подписать договоры коммерческой концессии, где прописывались все условия взаимодействия: обязательства компании и штрафные санкции к нарушителям. Благодаря этим условиям и был определен порядок создания новых точек.

«Если бы человек захотел сменить нашу вывеску и начать свое дело, то он бы лишился тех ценностей, которые дает наша компания, — это бы ему очень дорого стоило. Во-первых, наш дизайнер делает дизайн-проект помещения. Во-вторых, у нас есть визоры, которые два раза в неделю смотрят точку партнера и говорят, что делается не так. Мы отправляем в точки наших партнеров тайных покупателей. Наш бренд-шеф часто делает обновление меню, мы даем всем точкам готовое меню с калькуляционными картами и видео приготовления. Мы просчитываем, что будет пользоваться популярностью, а что нет. Мы полностью замыкаем на себе маркетинг», — рассказывает Андрей.

В первые два года работы франшизы было решено не выходить за пределы Ростовской области, чтобы понять, как взаимодействовать с партнерами в разных городах в радиусе 100–200 км.

«В течение первых двух лет мы открывались в Каменске, Зернограде, Белой Калитве, Красном Сулине, в поселках городского типа с числом жителей 9,5 тыс. В Красновке, где 5 тыс. жителей, ежемесячно делают выручку более 1 млн рублей. После этого были открыты точки в 11 регионах России: Смоленске, Пскове, Екатеринбурге, Красноярске, Новосибирске, Сочи, Уфе, Ханты-Мансийске и других», — рассказывает Андрей.

В 2024 году компания вышла на рынок Казахстана, где на сегодняшний момент заключены договоры с тремя партнерами — в Астане, Павлодаре и Уральске. В планах у компании — создание новых точек в новых регионах России, уже есть два партнера в Макеевке. По мнению бизнесмена, его сеть быстрого питания будет востребована у жителей ДНР и ЛНР.

Анастасия Талызина
Информационный обзор редакции

Коллаборация с корпорациями

Как ростовский бренд одежды «7.2.66» вырос из полиграфического производства и сегодня выпускает коллекции в коллаборации с Роскосмосом, «Кинопоиском» и Росмолодежью.



НАТАЛЬЯ КОРЯКО

Бренд одежды «7.2.66» запустила в Ростове-на-Дону в конце 2022 года Наталья Коряко, которая до этого на протяжении многих лет занималась полиграфией. За полтора года своего существования бренд выпустил пять линеек одежды в коллаборации с Роскосмосом, «Кинопоиском» и Росмолодежью. Фанаты сериалов «Беспринципные» и «Кибердеревня» теперь покупают изделия, выполненные по мотивам сюжетов этих картин. Сегодня бренд широко представлен в стране: три корнера в универмагах в Москве, два — в Санкт-Петербурге, по одному — в Ростове-на-Дону, Воронеже, Саратове, Самаре, в процессе переговоров — Пермь и Екатеринбург. Помимо коллабораций, ассортимент бренда включает женские сезонные трендовые коллекции, базовый ассортимент для женщин и мужчин, а также унисекс.

В ходе лекционной программы фестиваля «Наши Маркет» в Центре истинных ценностей Наталья Коряко поделилась своей историей успеха.

ВЫХОД В ОТКРЫТЫЙ РОСКОСМОС

Добиться того, что полиграфическую продукцию ее производства стали заказывать по всей стране, в том числе крупные корпорации, Наталье удалось благодаря компетенциям ее команды.

«Мы всегда быстро реагировали на запросы и делали все хорошо, поэтому у нас выстроились доверительные отношения со многими компаниями. Первой коллаборацией с Роскосмосом стала лимитированная коллекция, разработанная медиа-агентством Sputnik в рамках юбилея запуска первого искусственного спутника Земли. Помимо высоких требований к качеству, перед партнером ставилась задача выпустить капсулу в сжатые сроки и оперативно начать ее реализацию на онлайн- и офлайн-площадках», — поделилась основательница бренда.

Этот проект стал толчком для Натальи, чтобы масштабировать швейное производство и начать развитие своего молодого бренда одежды «7.2.66».

ИННОВАЦИИ И РОССИЙСКАЯ ПОВЕСТКА В ПРИНТАХ

На вопрос, почему «7.2.66», Наталья отвечает, что бизнес-рациональность такого названия кроется в том, что в таком случае бренд не требует транскрибирования на другие языки и может спокойно использоваться как на русском, так и на английском.

«Цифры, сохраняя наши традиции и память, с невероятной скоростью распространения информации несут нас в будущее: к новым победам, открытиям, путешествиям в космос. 7 символизирует интеллектуальность, силу духа, успех, приносит удачу. 2 ассоциируется с балансом, гармонией и партнерством. 6 — это гармония, баланс, стабильность, отношения и семья», — поясняет основательница компании.

Сотрудники «7.2.66» часто называют себя «инновационным российским брендом с душой», потому что для них очень важно быть честными с потребителем. Все изделия изготавливаются в Ростове на собственном производстве, поскольку только так можно проконтролировать, какая одежда попадает к человеку в шкаф.

«Нам хотелось, чтобы каждый человек мог надеть одежду, которая подчеркнет его индивидуальность и позволит транслировать некий смысл, свои ценности и убеждения, отношение к чему-либо. Но при этом выглядеть не вульгарно и не вычурно. Нашей сильной стороной было собственное производство, где мы делали непростую работу: принты, вышивки, сложную обработку. Сразу было понятно, что вряд ли наш продукт будет простым. Это точно не «тихая роскошь», не casual в спокойных цветах», — отметила Наталья.

Новый бренд создавался в определенный момент времени, который имел большую актуальность для всего населения. А поскольку каждый бизнес является продолжением своего собственника, то и для Натальи было важно говорить, что русская культура — это достижение всего мира в целом.

«Мы очень активно транслировали повестку России, в том числе в принтах на одежде: на жаргоне, в сленге, но в уместном формате. Верим, что мода должна не только радовать глаз, но и передавать важные жизненные принципы», — пояснила владелица бизнеса.



Фото предоставлено Натальей Коряко

ЛУННАЯ МИССИЯ

Новые вещи разрабатываются совместно с производством, с командами, которые занимаются операционной деятельностью, дизайном и маркетингом. Различные виды печати, гравировка и других технологические приемы позволяют создавать не только одежду, но и аксессуары. Например, объемные принты в виде Луны на сумках. Благодаря сильным сторонам бренда очень скоро с ним захотели делать коллаборации и другие крупные игроки.

«После проекта со Sputnik мы обратились в Роскосмос с предложением выпустить уже другую коллекцию — более значимую. Когда стало известно, что аппарат полетит к Луне, мы изъявили желание стать компанией, которая разработает коллекцию непосредственно к этому событию. Так родилась коллекция, в основу которой легла идея, отражающая достижения нашей ракетно-космической отрасли в освоении Луны», — рассказала Наталья.

В ходе работы над «Лунной коллекцией» собственница бизнеса решила использовать искусственный интеллект. Освоив только появившуюся тогда нейросеть Midjourney, она создала референсы, на основе которых позже была создана часть коллекции. В нее вошли два решения. Первое — это футуристичный костюм будущего, созданный с применением специальных отделок и отстегивающихся рукавов. Второе — принты самой Луны на вязаных изделиях в ретростиле.

«Эта коллекция имела успех, позволила расширить сеть продаж и запустить новые линейки базовой одежды, которые дополнили коллаборацию», — рассказала Наталья Коряко.



Фото предоставлено Натальей Коряко

НАШЛИ ДРУГ ДРУГА С «КИНОПОИСКОМ»

С «Кинопоиском», по словам владелицы бизнеса, они тоже неслучайно нашли друг друга. Во время первой встречи с представителем компании Наталья услышала о себе приятные слова: «То, что вы делаете, очень круто. Мы хотим коллаборацию с вами». В итоге получилась не одна коллаборация, а две.

«Первая была посвящена запуску четвертого сезона сериала «Беспринципные». Анимационная заставка к сериалу, которая обычно идет в начале, позволила нам разгуляться в плане принтов. Далее я отсмотрела все серии от корки до корки. Самым главным для коллекции стало соблюдение баланса между «перчинкой» и соответствием смыслов, ведь мы не во всех точках продаж можем выдержать возрастной ценз...» — поясняет Наталья.

Главное в любой коллаборации — слушать то, что говорит ваш партнер, подчеркивает основательница бренда. Если с Роскосмосом была история про высокие технологии, то при взаимодействии с киноиндустрией были взяты другие лейтмотивы. Например, саундтрек к сериалу «Нет любви»: эта фраза была напечатана на футболке, выполненной с эффектом кислотной выварки. В эту же коллекцию вошла и бейсболка в соответствующей стилистике.

Второй задачей коллаборации было подшутить над героями сериала, над их стремлением к ношению знаменитых люксовых брендов, которое иногда зашкаливает. В результате были созданы сумка и футболка с надписью, соединившей названия сериала «Беспринципные» и известного мирового бренда, — получилась «Беспринципсиага». Обе вещи стали одними из самых продаваемых моделей в рознице и онлайн.

Фраза, напечатанная на воротнике футболки нежно-розового цвета, — «Наш человек ничего святого» — идет лейтмотивом по всему сериалу, из-за чего этот предмет гардероба тоже имел успех в продаже. Бомбер, выпущенный в рамках коллаборации, был украшен сетом значков с мультиплицированными героями сериала.

Вторая коллаборация бренда с «Кинопоиском» была связана с сериалом «Кибердеревня», где очень много говорится о русских ценностях и активно транслируется русский код. В картине главный герой ходит в тельняшке, но дизайнеры бренда обыграли этот предмет гардероба, наделив способностью светиться в темноте.

«В сериале персонажи носят клетчатую сумку, которые многие запомнили как «сумку челнока». Мы ее тоже «обмоднили» — получился такой киберчемодан. В сериале есть киберберезки, которые помогают главному герою генерировать энергию для экофермы на Марсе. Поэтому у нас в коллекции появились мини-сумки и термокружки с принтом в виде березы», — рассказала Наталья.

РАБОТА С МОЛОДЕЖЬЮ

Необычной вышла коллаборация ростовского бренда с «Тавридой.Арт» и Росмолодежью — получился проект с социальным контекстом. Его участники в течение полугода создавали лимитированную коллекцию одежды, посвященную мечтам и путешествиям в наше время.

Ребята прошли стажировку в компании и поработали с дизайнерами. В итоге они будут получать отчисления от продажи разработанных ими позиций: рубашки с отстегивающимися карманами, футболки «Время мечтать», сумки-рюкзака, бомбера «Вперед за мечтой», юбки с отстегивающимися поясами, пляжного костюма с расписанием самолетов и поездов, а также костюма на выход. Эта коллекция отлично подходит для того, чтобы сложить ее в чемодан и больше не думать, что надеть в путешествии.

По мнению создательницы бренда «7.2.66», коллаборация — это не просто два логотипа на одной вещи, это поиск того, что транслируете ты и твой партнер. Всегда можно найти какое-то соприкосновение и сделать интересную вещь.

Анастасия Талызина
Информационный обзор редакции

Экономика внимания

Компенсационный пакет, включающий различные виды выплат и льгот, сегодня становится одним из инструментов работодателей для привлечения и удержания сотрудников.

По данным аналитики hh.ru, 46% компаний формируют такой пакет с фокусом на социальную поддержку и защиту сотрудников, 42% компаний используют компенсационный пакет для привлечения квалифицированных сотрудников, 40% работодателей — для усиления HR-бренда, 21% компаний компенсационный пакет рассматривают как способ защиты работников от профессионального выгорания.

Сотрудники считают, что самое важное в компенсационном пакете — полис ДМС, об этом заявили 69% респондентов, 58% заинтересованы в оплате программ обучения и переквалификации, в страховании жизни и здоровья нуждаются 56%, около 51% предпочитают компенсацию бензина и предоставление транспорта.

Дарья Прохорова, HR-директор ресторанов «Гаврош», «Онегин Дача», «Белуччи» и Le Bistro, рассказала «Деловой газете. Юг», зачем нужны компенсационные пакеты и насколько эта мера поддержки сегодня востребована у соискателей.

КОМПЕНСАЦИОННЫЙ ПАКЕТ КАК КЛЮЧ К ПРИВЛЕЧЕНИЮ ТАЛАНТОВ

По словам Дарьи Прохоровой, наличие компенсационного пакета и его наполнение для соискателей сегодня важно наравне с размером зарплаты, местом расположения офиса и графиком работы.

По мнению эксперта, компенсационный пакет — настоящий ключ к привлечению талантов, удержанию эффективных сотрудников, поддержанию морального духа и удовлетворенности их работой.

«Основной вопрос кандидата на собеседовании: «Что у вас есть дополнительно, помимо зарплаты?» Поэтому смело можно сказать, что компенсационный пакет является ключевым критерием выбора у соискателя. Люди интересуются, что входит в ДМС, какие скидки предоставляет сама компания, оплачивают ли сотовую связь, чай и кофе с печеньем за счет компании, есть ли кухня, подарки на праздники, развоз домой после работы, корпоративы, оплачивает ли компания обучение, питание и многое другое», — поделилась опытом Дарья Прохорова.

КОМПЕНСАЦИОННЫЙ ПАКЕТ КАК ВАРИАТИВНЫЙ НАБОР ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ

По словам Дарьи Прохоровой, раньше компенсационный пакет воспринимали как материальное или нематериальное вознаграждение, которое получают сотрудники за работу в компании помимо заработной платы.

Однако сегодня представление о компенсационных пакетах изменилось.

«Сейчас компенсационный пакет рассматривается как огромный и вариативный набор вознаграждений, который творчески скомпонован для признания вклада каждого сотрудника и, конечно же, его вдохновения на работу в компании», — рассказала эксперт.

Дарья Прохорова поделилась, что компенсационный пакет особенно необходим малому и среднему бизнесу, которому сложно конкурировать за кадры с крупными компаниями.

«Основным конкурентным преимуществом в случае МСП как раз становится компенсационный пакет», — отметила HR-директор.

При формировании компенсационного пакета МСП важно обратить внимание на целевую аудиторию, понять и проанализировать персонал по возрасту и определить, что необходимо именно данной возрастной категории.

«Например, поколению Z важны обучение за счет компании, оплата проезда, карьерный рост, питание за счет компании, гибкий график и возможность работать удаленно, оплата сотовой связи, корпоративные вечеринки, скидки на продукцию компании. И для них так же часто важна миссия компании, то есть социальная значимость: как компания помогает этому миру стать лучше», — рассказала Дарья Прохорова.

Также Дарья Прохорова поделилась, что проводит мониторинг конкурентов, чтобы ознакомиться с их предложениями.

«Это отлично помогает определить базовый компенсационный пакет на рынке труда и предложить что-то большее и лучшее», — советует эксперт.

Алина Полянская

ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ КОМПЕНСАЦИОННОГО ПАКЕТА

— Заработная плата. Она включает фиксированный оклад (отражает объем выполняемой работы и уровень ответственности) и переменную часть — бонусы и премии, зависящие от результатов деятельности сотрудника или выполнения KPI.
— Социальные гарантии. Это оплачиваемые отпуска и больничные, медицинское страхование, программы накопительного пенсионного страхования, полис ДМС для сотрудника и членов его семьи.
— Льготы и привилегии. В этой части наполнение компенсационного пакета может включать бесплатное питание и предоставление трансфера до работы и обратно, абонементы в фитнес-центры.
— Нематериальные бонусы. Подразумевается наличие возможностей для карьерного роста, программ обучения и развития.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ФОРМИРОВАНИЮ КОМПЕНСАЦИОННОГО ПАКЕТА

1. Первый шаг — анализ рынка труда. Стоит рассмотреть предложения конкурентов и отраслевые стандарты. Это позволит понять, какие виды вознаграждений наиболее востребованы и какие суммы предлагают другие компании.
2. Также стоит опросить сотрудников, чтобы узнать, какие льготы и бонусы для них наиболее значимы. Это поможет адаптировать компенсационный пакет к нуждам и пожеланиям команды.
3. Важен баланс между затратами и выгодой для компании. Стоит найти оптимальное соотношение между расходами на компенсационный пакет и его эффективностью.
4. Компенсационный пакет должен быть гибким и адаптивным. Это значит, что он может изменяться в зависимости от текущих экономических условий, внутренней политики компании и предпочтений сотрудников.
5. Внедрение программ лояльности для сотрудников в зависимости от срока их работы в компании может стать дополнительным стимулом для удержания людей. Такие программы могут включать дополнительные бонусы и преференции для тех, кто проработал в компании три, пять, десять лет или больше.



СПОРНЫЙ МОМЕНТ

Какими бывают трудовые споры, как их предотвратить и разрешить.

Специалисты по охране труда и юристы рассказали «Деловой газете. Юг», какими бывают трудовые споры и как удавалось их разрешить. Также эксперты дали советы, какие мероприятия стоит проводить в компании, чтобы избежать трудовых споров, связанных с нарушением правил безопасности.

ВИДЫ ТРУДОВЫХ СПОРОВ

Трудовые споры — это разногласия, возникающие между работником и работодателем относительно условий труда, прав и обязанностей сторон, установленных трудовым законодательством и коллективными договорами. Они могут касаться вопросов заработной платы, рабочего времени, отпусков, охраны труда, дискриминации, увольнения и других аспектов трудовых отношений.

Управляющий партнер ООО «Юридическое бюро Ольги Романовой» Ольга Романова привела примеры наиболее частых нарушений.

Задержка или невыплата заработной платы. Работодатель обязан выплачивать зарплату вовремя — не реже двух раз в месяц. Если зарплата задерживается или выплачивается не полностью, это считается грубым нарушением Трудового кодекса. Работник вправе требовать не только выплаты задолженности, но и компенсации за задержку. Пример: работник подал иск после того, как работодатель недоплатил ему зарплату за вахтовую работу. Суд удовлетворил его требования и взыскал с работодателя компенсацию за моральный вред и задержку выплат.

Незаконное увольнение. Работодатель не может уволить сотрудника без законных оснований. Например, недопустимо увольнение беременной сотрудницы или работника, находящегося на больничном. Суд может обязать работодателя восстановить сотрудника на работе и выплатить компенсацию за вынужденный прогул.

Нарушение условий трудового договора. Работодатель обязан выполнять условия договора, касающиеся оплаты труда, графика работы и предоставления компенсаций. Например, если в трудовом договоре указана оплата сверхурочной работы, а работодатель этого не делает, это может стать основанием для судебного иска.

РЕАЛЬНЫЕ ПРИМЕРЫ СПОРОВ

Секретарь Федерации независимых профсоюзов России (ФНПР), представитель ФНПР в Южном федеральном округе Дмитрий Чуйков рассказал, что наиболее «горячие» трудовые споры в бизнесе — что крупном, что среднем и малом — возникают в регионах юга России при длительных задержках заработной платы работникам, добросовестно выполняющим свою трудовую функцию.

«Да, мы уже не наблюдаем таких значительных полугодовых-годовых повальных задержек, которые были в 90-е годы. Но тем острее обычные работники чувствуют в отношении себя несправедливость и произвол работодателей», — отметил специалист.

В Краснодарском крае, по данным Росстата, просроченная задолженность по заработной плате на 1 января 2024 года составляла 1,4 млн рублей, а уже к началу апреля текущего года данная задолженность перед трудящимися была погашена. Дмитрий Чуйков назвал в качестве примера трудового конфликта последних лет ситуацию на Армавирском машиностроительном заводе, коллектив которого в период пандемии записал видеообращение к руководству страны и пожаловался на задержку выплаты зарплаты и банкротство предприятия.

По словам эксперта, только активное вмешательство профсоюзного объединения Краснодарского края, возглавляемого депутатом Госдумы РФ Светланой Бессараб, позволило максимально эффективно разрешить проблему, привлечь инвестора и выплатить людям долги по зарплате. Сегодня это успешно развивающееся предприятие, работающее под брендом «Завод стальных конструкций «Кубань».

КАК ПОЛУЧИТЬ КОМПЕНСАЦИЮ ЗА ВРЕД ЗДОРОВЬЮ

С 1 сентября 2024 года вступили в силу изменения, касающиеся специальной оценки условий труда. Это процедура, которая позволяет оценить степень опасности рабочих мест и установить компенсации за вредные условия. Новая методика делает оценку более точной и требует регулярного пересмотра условий труда. Если сотрудник получил травму на рабочем месте или пострадал из-за вредных условий, он имеет право на компенсацию через Социальный фонд России (СФР).

Для этого необходимо:
- зафиксировать инцидент, например оформить акт о несчастном случае на производстве;
- пройти медицинское обследование для подтверждения ущерба здоровью;
- обратиться в СФР для получения компенсации, которая может включать оплату лечения, больничного и выплату компенсации за потерю трудоспособности.



Вторым примером стала забастовка, которую устроили в январе 2024 года в Шахтах Ростовской области на предприятии ООО «Донской текстиль» более полусотни работников-мигрантов, которые приостановили работу, требуя повышения заработной платы.

«Конфликт был урегулирован. Но он еще раз показывает нам, что самой чувствительной зоной социально-трудовых отношений является заработная плата. Кроме того, провоцировать конфликты между работниками и руководством могут угроза сокращения персонала и банкротства, неуважительное отношение к своему коллективу со стороны руководителей, нарушения в части обеспечения безопасности труда, а также притеснения работников, в том числе активно отстаивающих свои права или состоящих в профсоюзе», — пояснил Дмитрий Чуйков.

КУДА ОБРАЩАТЬСЯ В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ ПРАВ

Секретарь Федерации независимых профсоюзов России, представитель ФНПР в ЮФО советует работнику, столкнувшемуся с нарушением трудовых прав, обращаться в свой профсоюз, Госинспекцию труда или прокуратуру. Также можно прибегнуть к самозащите прав и процедурам медиации и судебного разбирательства.

«Для профилактики и разрешения конфликтных ситуаций владельцам бизнеса, их наемным менеджерам необходимо налаживать живую связь с трудовым коллективом, на деле развивать социальное партнерство, поддерживая при этом профсоюзную организацию, которая будет сигнализировать о потенциальных и существующих конфликтах, помогать в их урегулировании», — рекомендует Дмитрий Чуйков.

Управляющий партнер ООО «Юридическое бюро Ольги Романовой» отмечает, что разрешением трудовых споров внутри компании могут заниматься несколько структур, но их наличие зависит от размера предприятия.

1. HR-отдел или отдел кадров. Эти службы часто занимаются урегулированием трудовых споров, пытаясь найти компромисс между работником и работодателем на ранних стадиях конфликта.
2. Комиссия по трудовым спорам. Такая комиссия создается не на всех предприятиях, а только в организациях с большим штатом сотрудников, где возникают регулярные споры. Комиссия может принимать решения по трудовым вопросам без обращения в суд, но из-за организационных сложностей и затрат ее наличие не всегда целесообразно на малых предприятиях.

«Если в компании нет специализированных органов для разрешения трудовых споров, сотруднику рекомендуется обратиться в Государственную инспекцию труда, которая бесплатно проверит законность действий работодателя и сможет потребовать устранения нарушений, или подать жалобу в суд, что позволит разрешить спор в судебном порядке», — рекомендует Ольга Романова.

Анастасия Талызина

ЧТО ДЕЛАТЬ В СЛУЧАЕ НАРУШЕНИЯ ТРУДОВЫХ ПРАВ

По словам Ольги Романовой, если работодатель отказывается решать проблему, у работника есть несколько путей для защиты своих прав. Важно действовать в соответствии с законодательством, соблюдая установленные процедуры и сроки.

1. В Государственную инспекцию труда работник может подать жалобу через онлайн-приемную на официальном сайте или письменно. Инспекция проверяет действия работодателя на соответствие нормам трудового законодательства и может наложить на него штраф, а также обязать устранить нарушения. Срок рассмотрения жалобы составляет до 30 дней, но может быть продлен до 60 дней, если для разбирательства требуется больше времени. Инспекция может рассматривать дела, связанные с невыплатой заработной платы, нарушениями трудовых условий, незаконными увольнениями и так далее.
2. Если инспекция не смогла помочь или ситуация требует судебного вмешательства, работник вправе обратиться в суд. Иски, связанные с трудовыми спорами, можно подавать как по месту нахождения работодателя (юридический адрес), так и по месту жительства истца (работника), что дает больше удобства для работника в случае территориальной удаленности работодателя.
3. Если на предприятии существует профсоюз, сотрудник может обратиться туда за поддержкой. Профсоюзы представляют интересы работников перед работодателем, проводят переговоры и могут участвовать в судебных разбирательствах. Однако стоит учитывать, что профсоюзные организации созданы не на всех предприятиях и не во всех отраслях. В частных компаниях профсоюзные организации встречаются реже.

Календарь предпринимателя на октябрь-2024

Напоминаем,
какую отчетность необходимо
сдать до конца октября.

ДО 3 ОКТЯБРЯ

• Компании и ИП, у которых есть работники, должны представить уведомление об исчисленном налоге за период с 23 сентября по 30 сентября 2024 года.
• Налоговые агенты, которые проводят операции с ценными бумагами и операции с финансовыми инструментами срочных сделок, должны представить уведомление об исчисленном НДФЛ за период с 23 сентября по 30 сентября 2024 года.

ДО 10 ОКТЯБРЯ

Компании, осуществляющие использование лесов, должны представить отчет об использовании лесов за сентябрь или за третий квартал 2024 года.

ДО 15 ОКТЯБРЯ

Компании и ИП, у которых есть работники, должны уплатить страховые взносы на травматизм за сентябрь 2024 года.

ДО 21 ОКТЯБРЯ

• Налогоплательщики, не имеющие обязательств по НДС или освобожденные от них, при осуществлении посреднической деятельности от имени агента или на основе договоров транспортной экспедиции, а также при выполнении функций застройщика должны представить в электронной форме в налоговую журнал учета полученных и выставленных счетов-фактур за третий квартал 2024 года.
• Компании, которые торгуют алкоголем в розницу, должны представить декларацию в Росалкогольтабакконтроль за третий квартал 2024 года.
• Налогоплательщики, которые не проводили денежные операции, должны представить упрощенную налоговую декларацию за девять месяцев 2024 года.
• Импортеры товаров из стран ЕАЭС должны сдать декларацию и уплатить косвенные налоги за сентябрь 2024 года.

ДО 25 ОКТЯБРЯ

• Компании на УСН должны представить уведомления об исчисленном авансе за третий квартал 2024 года.
• Компании и ИП, у которых есть сотрудники, должны представить отчет по форме 6-НДФЛ за девять месяцев 2024 года.
• Компании и ИП, у которых есть работники, должны представить уведомление об исчисленном налоге за период с 1 октября по 22 октября 2024 года.
• Налоговые агенты, которые проводят операции с ценными бумагами и операции с финансовыми инструментами срочных сделок, должны представить уведомление об исчисленном НДФЛ за период с 1 октября по 22 октября 2024 года.
• Компании и ИП, для которых отчетными периодами являются первый квартал, полугодие и девять месяцев, должны представить декларацию по налогу на прибыль за третий квартал 2024 года.
• Компании и ИП, исчисляющие аванс по фактически полученной прибыли, должны представить декларацию по соответствующему налогу за сентябрь 2024 года.
• Управляющий инвесттовариществом, ответственный за ведение налогового учета, должен представить расчет финансового результата такого товарищества за сентябрь или за девять месяцев 2024 года.
• Налогоплательщики НДС должны представить декларацию по соответствующему налогу за третий квартал 2024 года.
• Компании и ИП, которые приобретают на территории РФ товары, работы или услуги у иностранных лиц, не состоящих на учете в налоговой РФ, должны представить декларацию по НДС за третий квартал 2024 года.
• Компании, у которых есть налогооблагаемое имущество, транспортные средства или земельные участки, должны представить уведомления об исчисленном авансе за третий квартал 2024 года.
• Компании и ИП, уплачивающие страховые взносы, обязаны представить расчет по таким взносам за девять месяцев 2024 года, а также отчет по форме ЕФС-1 за сентябрь и третий квартал 2024 года.
• Организации и ИП должны предоставить персонифицированные сведения о физлицах за сентябрь 2024 года.
• Компании и ИП, которые пользуются недрами, обязаны представить декларацию по налогу на добычу полезных ископаемых за сентябрь 2024 года.
• Налогоплательщики акциза должны представить декларацию за сентябрь 2024 года.
• Организации, осуществляющие деятельность в сфере игорного бизнеса, должны представить декларацию за сентябрь 2024 года.

ДО 28 ОКТЯБРЯ

• Компании и ИП на УСН должны внести авансовый платеж по соответствующему налоговому режиму за третий квартал 2024 года.
• Компании и ИП, исчисляющие аванс по фактически полученной прибыли, должны уплатить соответствующий аванс за сентябрь 2024 года.
• Компании и ИП, для которых отчетными периодами являются первый квартал, полугодие и девять месяцев, которые уплачивают ежемесячные авансовые платежи в течение отчетного периода, должны уплатить третий ежемесячный авансовый платеж по налогу на прибыль за третий квартал 2024 года.
• Компании и ИП, которые приобретают на территории РФ товары, работы или услуги у иностранных лиц, не состоящих на учете в налоговой РФ, должны уплатить полную сумму по НДС за третий квартал 2024 года.
• Компании и ИП, которые обязаны уплачивать НДС, должны уплатить 1/3 от суммы соответствующего налога за третий квартал 2024 года.
• Компании и ИП, у которых есть имущество или земельные участки, обязаны уплатить авансовый платеж по налогу на такое имущество за третий квартал 2024 года.
• Компании и ИП с сотрудниками обязаны уплатить страховые взносы за сентябрь 2024 года.
• Компании и ИП, которые пользуются недрами, обязаны уплатить налог на добычу полезных ископаемых за сентябрь 2024 года.
• Компании и ИП, которые внесли авансовый платеж акциза, должны представить соответствующее подтверждение за октябрь 2024 года.
• Налогоплательщики акциза должны уплатить соответствующий налог за сентябрь или аванс по налогу за октябрь 2024 года в зависимости от имеющихся акцизов.
• Организации, осуществляющие деятельность в сфере игорного бизнеса, должны уплатить соответствующий налог за сентябрь 2024 года.
• Компании и ИП, осуществляющие деятельность на территории городов федерального значения, в отношении которых установлен сбор, должны уплатить торговый сбор за третий квартал 2024 года.