

Представительство универмага в социальной сети «ВКонтакте» является достаточно популярным, на данную web-страницу подписано 2383 человека, из которых 1901 подписчиков являются постоянными жителями Могилева. Страница активно наполняется, в среднем в день появляется две новых записи. Каждая запись имеет 300-500 просмотров, но при этом обратная связь имеет низкий уровень - на каждой записи в среднем 3 отметки «Мне нравится».

Интернет-магазин «ЦУМ. Всё для дома» тоже имеет страницу во «ВКонтакте». У данной страницы 3500 подписчиков, из которых жителями Могилёва является 1363 человека. Эта страница также обновляется часто, появляется 1-2 записи в день. Каждая запись имеет около 1000 просмотров, при этом активность низкая – 1-2 отметки «Мне нравится» на записи.

На аккаунт универмага в социальной сети «Одноклассники» подписано 323 человека. Данный аккаунт больше не активен, последняя запись в сентябре 2018 года. Обратная связь на данной странице также была низкой – 1-2 отметки «Класс» на записи.

На странице в «Facebook» 5000 подписчиков. Аккаунт в этой социальной сети оказался самым популярным. Записи на этой странице появляются 3 раза в день и собирают в среднем 5 отметок «Мне нравится».

На аккаунт в «Instagram» подписано 1288 людей. В этой социальной сети наиболее высокая активность – каждый день появляется 4 публикации. В среднем одна публикация собирает 10 отметок «Мне нравится». Эта социальная сеть имеет самый высокий уровень обратной связи.

Из проведенного исследования заметно, что при достаточно большом количестве подписчиков на аккаунты универмага и количестве просмотров записей, практически нет обратной связи: нет комментариев, очень мало отметок «Мне нравится», также никто не делится записями со своими друзьями и подписчиками.

Отсюда следует вывод, что необходимо публиковать более интересную подписчикам информацию, обращая внимание на интересы, возраст, социальный статус среднестатистического пользователя каждой социальной сети. Например, публиковать записи о трендах сезона в молодёжных социальных сетях «ВКонтакте», «Instagram» или рецепты, советы по уходу за огородом в социальной сети «Одноклассники». В группе «ЦУМ. Всё для дома» во «ВКонтакте» рекомендуется размещать полезную информацию для молодых семей, домохозяек: это могут быть советы по оформлению интерьера комнаты, стилистическому оформлению квартиры, и даже рецепты. Наибольшей обратной связью чаще всего пользуются «лайфхаки», которые также могут быть подобраны в зависимости от целевой аудитории.

Также рекомендуется продвигать аккаунты в социальных сетях: поместить ссылки на аккаунты на официальном сайте универмага, использовать контекстную рекламу в поисковиках и социальных сетях. Продвигать аккаунты в социальных сетях можно и в самом универмаге или на элементах наружной рекламы: размещать ссылки и QR коды на информационных табличках, наклейках, баннерах.

Один из способов продвижения – конкурсы, розыгрыши. Розыгрыш, основная идея которого - выбор победителя из числа поделившихся записью или упомянувших аккаунт организации на своей странице, является дешевым и эффективным средством привлечения новых клиентов.

Список использованных источников:

1. Собственное исследование

ПРОБЛЕМА НАСТАВНИЧЕСТВА КАК МЕТОДА АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ИТ-КОМПАНИЯХ

Шандроха А.А., Сенчук А.Ю.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Орлова Е.И. – старший преподаватель

В данной статье рассмотрены основные проблемы наставничества в ИТ-компаниях. Показано, что наставничество имеет ряд проблем, таких как формальный подход участников процесса, спад энтузиазма и отсутствие интереса, неподготовленность наставников, незаинтересованность их и молодых специалистов в самой системе наставничества.

Исследование состоит в выявлении основных проблем наставничества в ИТ и определении рекомендаций, которые помогут улучшить внедрение и функционирование данной системы.

Как результат можно выделить, что наставничество является важным фактором оптимизации адаптационных процессов, сокращая длительность приспособления новых работников к организации и предотвращения текучести кадров.

Система управления персоналом в наше время представляет собой набор инструментов, позволяющий качественно управлять кадрами на всех этапах функционирования IT-компаний, от подбора до адаптации. Практически в каждой IT-компания на сегодняшний день существует в том или ином виде система наставничества и обучения персонала. Иногда, это структурированный и документированный процесс, а иногда «как получится». В IT-компаниях наставников называют «менторами», а наставничество – менторство. Основная цель менторства помогать молодым специалистам входить в новый коллектив и оказывать своевременную помощь в профессиональном развитии.

Менторство как важный аспект кадровой политики активно исследуется в теории и практике управления персоналом. Между тем, при внедрении системы менторства неизбежно возникает ряд проблем, таких как формальный подход участников процесса, спад энтузиазма и отсутствие интереса, неподготовленность наставников, незаинтересованность их и молодых специалистов в самой системе обучения.

Потребность данного исследования состоит в выявлении роли ментора как способа повышения эффективности адаптации молодых специалистов и определении рекомендаций, использование которых поможет в решении проблем, связанных с внедрением наставничества в IT-компаниях.

Гипотеза данного исследования состоит в том, что, если руководство создаст определенные условия организации процесса наставничества для молодых специалистов, то это позволит решить профессиональные задачи, в том числе улучшить качество подготовки новых сотрудников, сделать процесс освоения корпоративной культуры, формирования позитивного отношения к работе более быстрым.

В зарубежной литературе уделяется достаточно много внимания проблеме наставничества. Проводились исследования, которые подтверждали предположения авторов о наличии взаимосвязи наставничества с развитием карьеры, эффективностью и удовлетворенностью работой. По данным одного исследования, наличие менторов у 2/3 ведущих инженеров IT-компаний, на некоторых стадиях карьеры, способствовало получению более высоких должностей и заработной платы, в отличие от тех, кто не имел наставников.[1]

Личность ментора играет ключевую роль в успешном или наоборот, деструктивном эффекте данного метода адаптации молодых специалистов. Ментор должен обладать ярко выраженным комплексом необходимых качеств: вызывать доверие, быть опытным, креативным, ориентироваться на развитие. Безусловно, он должен обладать коммуникабельностью, навыками межличностного общения и уметь принимать идеи, взгляды и чувства обучаемого.

Поскольку сама система менторства строится на создании альянсов, взаимной ответственности сотрудников, ключ к ее успешному функционированию — тесное взаимодействие всех участников процесса. Тщательное планирование и подготовка среды для изменений — необходимое условие успешной реализации системы менторства. Директивное внедрение системы менторства как инициативы HR-отдела вряд ли обеспечит ожидаемые результаты, поэтому зачастую организация такой системы сталкивается со следующими проблемами: участники работают пару месяцев на волне энтузиазма, потом перестают уделять менторству должное внимание. Это происходит из-за отсутствия адекватных систем мотивации и контроля результатов, а также отсутствия должного информирования всех участников процесса с постановкой целей и задач вводимой системы менторства.[2]

Успех обучения сотрудников с применением системы менторства серьезным образом зависит от опыта и квалификации менторов. Когда отсутствуют специальные мероприятия по развитию навыков наставников, получается печальный результат: подопечные оцениваются некорректно, обратная связь является формальной и демотивирует их.

С точки зрения специалистов в области управления персоналом, проблема зачастую заключается в том, что функция ментора не всегда выделена (и отдельно не оплачивается), а чаще рассматривается в контексте всего объема профессиональной деятельности, которую выполняет наставник на своем рабочем месте. Далеко не все менторы воспринимают ее как социально значимую. Как результат — неопределенность обязанностей и меры ответственности менторов, размытые задачи, связанные с профессиональной подготовкой подопечных, отсутствие четкой ответственности компании перед наставниками.

Вопрос об оплате труда менторов неоднозначен. С одной стороны, если наставник будет ориентироваться только на выгоду от процесса и погонится за количеством, а не за качеством, исход ситуации может оказаться неутешительным. С другой стороны, менторство отнимает определенную долю рабочего времени, которая должна быть оплачена. В такой ситуации мож-

но предложить следующий выход. Труд менторов должен оплачиваться. Но при этом в компании надо внедрить культуру менторства, при которой быть ментором должно быть почетно. Почетность может быть выражена, как неформально в виде отношения к персонам менторов, так и виде нематериальных поощрений. Что же касается размера оплаты, то здесь тоже возможны варианты. Самый простой вариант, установить определенный процент от заработной платы сотрудника за каждого «протее», либо фиксированную выплату.[3]

Наставничество является важным фактором оптимизации адаптационных процессов, сокращая длительность приспособления новых работников к организации и предотвращая текучесть кадров. Помимо успешного завершения адаптации работника, это выражается в подготовке квалифицированных кадров, повышении уровня организационной культуры и ответственности работников, расширении их полномочий, подготовке руководящих кадров, положительной установке персонала организации на обучение и развитие.

Список использованных источников:

1. Тонгуш В.В., Рошкеттаева У.Ю. Наставничество как один из методов обучения персонала/ ИМСИТ – 2017
2. Donckih [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://donskih.ru/2017/01/problemy-pri-vnedrenii-nastavnichestva/>
3. Денисова А.В. Механизм внедрения системы наставничества в компании/Журнал «Управление персоналом» №19/2005
4. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом. Практикум: Учебное пособие для студентов вузов / Т.Ю. Базаров. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 239 с.

ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ

Жарова О.С.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Жилинская Н.Н. – к.э.н., доцент

Технология блокчейн, созданная относительно недавно, стремительно набирает популярность. Она имеет политические, экономические, гуманитарные и юридические преимущества, которые могут коренным образом изменить большинство аспектов жизни общества. На данный момент блокчейн получил наибольшее признание в экономической области. Это связано с универсальностью технологии, которую можно применить во многих экономических сферах таких как финансы, экономика, денежные расчеты, операции с материальными и нематериальными активами.

Блокчейн – это механизм достижения консенсуса относительно состояния распределенной базы данных в определенный момент времени в условиях взаимного недоверия сторон. Выражаясь более простым языком блокчейн представляет собой цепочку блоков данных, которые записываются в линейном последовательно-хронологическом порядке.

Каждый из блоков содержит набор определенных данных и все блоки связаны между собой. Блок строится из заголовка, идентификатора предыдущего блока(хэш), информации и идентификатора самого блока. По идентификаторам можно отслеживать, контролировать, обменивать, продавать или покупать активы. Благодаря этому любые виды нематериальных и материальных активов можно регистрировать и совершать с ними транзакции на блокчейне. Преимуществами блокчейна в сравнении с другими способами хранения информации являются следующие свойства:

Децентрализация - в цепочке нет единого сервера. Каждый участник и есть сервер. Он поддерживает работу всего блокчейн. Участники взаимодействуют между собой напрямую;

Прозрачность - информация о транзакциях и контрактах находится в открытом доступе;

Неограниченность - теоретически блокчейн может содержать неограниченное количество записей;

Надежность - для записи новых данных необходим консенсус узлов блокчейн. Это позволяет фильтровать операции и записывать только легитимные транзакции.

Но данная технология также имеет свои недостатки:

Мошенничество - переданные данные нельзя изменить. Из-за этого невозможен откат операции, даже если она была проведена по ошибке;

Масштабируемость - проблемы с хранением данных в таком количестве;

Различные способы взлома.