

Человеческий капитал

Человеческий капитал



Базовые навыки XXI века

Концентрация
и управление вниманием

Необходимы, чтобы справляться с информационной перегрузкой, управлять сложной техникой.

Эмоциональная
грамотность

Аффективная область приобретает все большую значимость в работе. Понимание своих эмоций, эмпатия, сочувствие помогут сохранить себя и взаимодействовать с другими.

Цифровая
грамотность

Способность работать в цифровой среде, в том числе AR и VR, будет столь же востребована, как способность писать и читать.

Творчество,
креативность

При автоматизации рутинной деятельности на любой работе будет все больше необходимости мыслить нестандартно и создавать новое.

Экологическое
мышление

Понимать связность мира, воспринимать свою деятельность в контексте всей экосистемы, поддерживать эволюционные процессы.

Кросскультурность

В любом городе, в любой рабочей среде будут встречаться все более разные (суб)культуры, в том числе за счет разрыва поколений.

Способность
к (само)обучению

В быстро меняющемся мире человеку придется продолжать обучение в течение всей жизни, иногда самостоятельно осваивая новые навыки.

VUCA - мир

РАНЬШЕ SPOD-МИР

STEADY устойчивый

PREDICTABLE предсказуемый

ORDINARY простой

DEFINITE определенный

ТЕПЕРЬ VUCA-МИР

VOLATILITY Изменчивость –
ситуация меняется быстро

UNCERTAINTY неопределенность –
невозможность
прогнозирования

COMPLEXITY сложность – множество
причин и проблем

AMBIGUITY неясность,
двусмысленность

Ответ человека на вызов мира

VUCA - ответ



Vision (видение):
креативность и
коммуникации



Understanding (понимание):
постоянное
обучение и
эмпатия

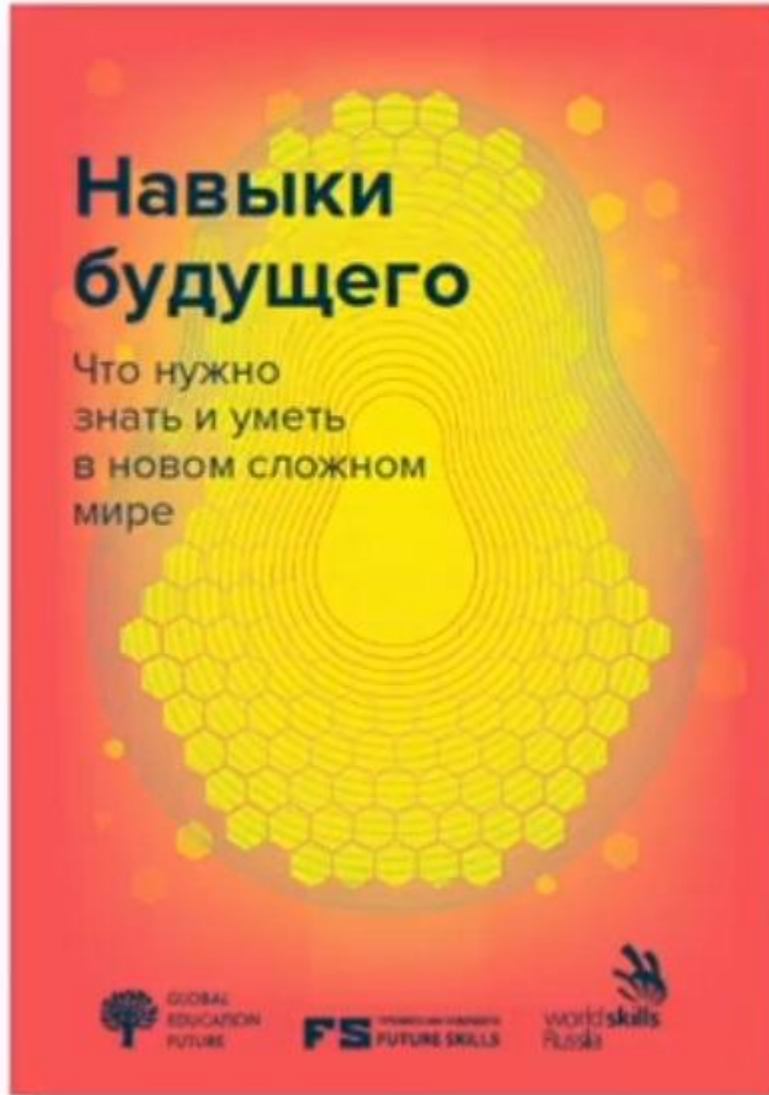


Clarity (ясность):
критическое и
системное
мышление



**Agility (прыть,
скорость):**
адаптивность к
изменениям и
командная работа

Что почитать?



SWOT-анализ

- Впервые термин «SWOT-анализ» был применен американским академиком в 1963 году в Гарварде.
- Он может пригодиться как маленьким стартапам, так и крупным фирмам.
- Для выхода на рынок стартап должен понимать все внутренние и внешние возможности и угрозы. Например, создавая новую социальную сеть, необходимо оценивать интенсивность конкурентной борьбы, так как социальных сетей существует большое количество, угрозы заменителей продукта или услуги, рыночную власть потребителей; решить, что именно является вашим уникальным торговым предложением и т. д.
- Крупные игроки рынка должны проводить SWOT-анализ организации не реже чем раз в год. Это дает возможность поддерживать свою актуальность, т. к. изменения происходят ежедневно.

S

Strengths

ПРЕИМУЩЕСТВА

W

Weaknesses

НЕДОСТАТКИ

O

Opportunities

ВОЗМОЖНОСТИ

T

Threats

УГРОЗЫ

Преимущества

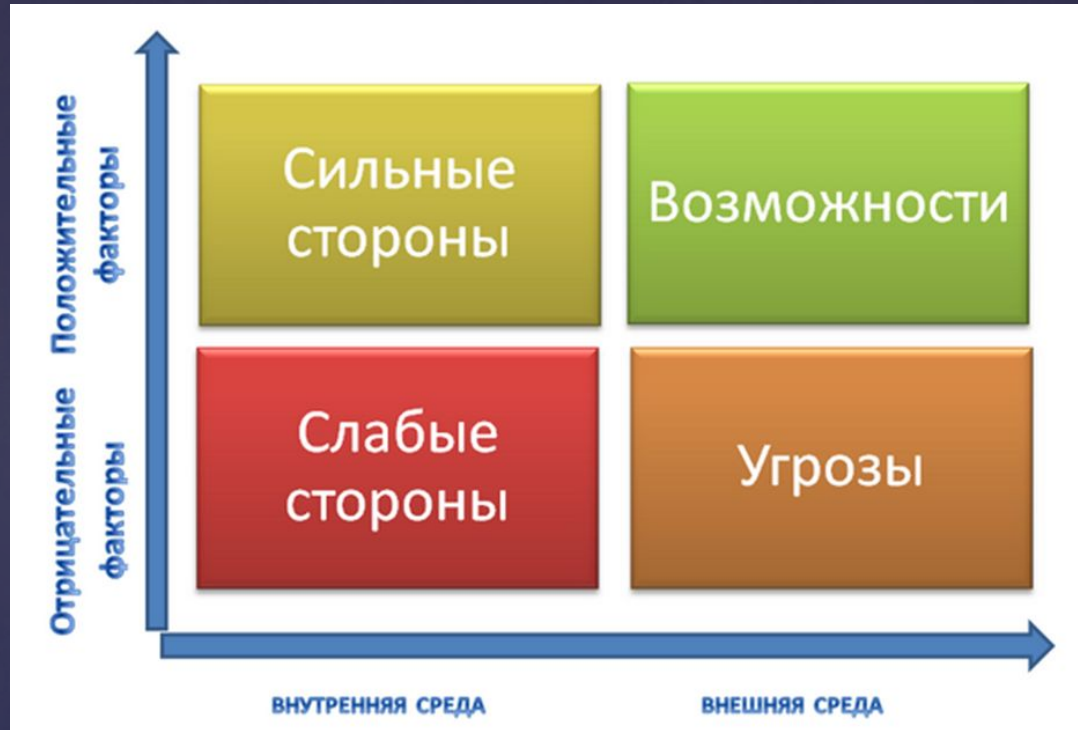
- Это универсальный метод, который помогает компании узнать и использовать:
- внутренние возможности (чем проект/коллектив/команда выигрывает перед другими на рынке).
- внутренние угрозы (что внутри проекта/команды/коллектива ослабляет потенциальные возможности). Например: недостаточно укомплектованная команда, устаревшая техника продаж;
- внешние возможности (те факторы, которые дают дополнительные возможности достигнуть конечной цели и результата). Например: расширение рынка;
- внешние угрозы (возможные факторы, которые, наоборот, замедляют процесс достижения цели команды). Например: большая конкуренция.
- Помогает выявить потенциальные угрозы и выстроить стратегию защиты.
- SWOT достаточно несложен в проведении и не требует специального узкопрофильного образования.

Недостатки

- SWOT-анализ не покажет четкую аналитику. С помощью него можно получить структурированные данные, дальше — работа вашего аналитика.
- SWOT показывает положение дел в данный момент и остается статичным. Именно поэтому его нужно делать не реже одного раза в год.
- Является достаточно субъективным анализом и зависит от того, кто его делает.
- Для качественного анализа необходим большой объем информации из всех сфер (логистическая, коммерческая, маркетинговая, финансовая и т. д.), что может быть затратным.

Пример оформления

- Составляем матрицу



- В готовой матрице необходимо проставить знаки «+» факторам в списке сильных сторон и «-» — факторам, которые являются угрозой.
- Точно так же следует оценить список слабых сторон.
- После того как плюсы и минусы добавлены во всех четырех блоках, мы получаем общую оценку сильных и слабых сторон

Сильные стороны		Возможности	
Известное на рынке имя	+	Повышение доходов населения	-
Репутация бренда и лояльность потребителей	-	Развитие информационных технологий	+
Широкий ассортимент товара	+	Появление новых партнеров	+
Большая клиентская база	-	Уход с рынка конкурентов	+
Слабые стороны		Угрозы	
Высокие цены на товар	+	Ценовая конкуренция	+
Недостаточно квалифицированный персонал	-	Рост числа конкурентов на рынке	-
Слабые техник продаж	-	Проблемы с поиском новых поставщиков	+
Отсутствие бюджета на маркетинг	-	Рост цен на технологии	+

Прибавив все плюсы и минусы в каждом блоке, можно получить общую оценку сильных и слабых сторон, возможностей и угроз для предприятия, которая подразумевает под собой конкретный вывод.