



Енергія
твого успіху

Дайджест

NRG Review

У цьому випуску:

Колонка редактора. Про що пропонує поговорити Інна Воротникова	2 стр.	Яка відповідальність за невчасну виплату заробітної плати?	10 стр.
Фрази, які вам знадобляться в перший день роботи в колективі з англомовними колегами	3 стр.	Руководство стеснительного человека, как завоевывать друзей и влиять на людей	11 стр.
Для удержания новых сотрудников встречайтесь с ними в их первую неделю работы	6 стр.	Такая хорошая сплетня: почему нам никак не обойтись без слухов и сплетников?	13 стр.
Як підготуватися до виступу онлайн: tips and tricks від тренерки спікерів	7 стр.	Гендерні ролі і стереотипи	15 стр.
		Безпека – понад усе: 10 правил цифрової гігієни	17 стр.
		Кінець епохи лояльності.	19 стр.



Доброго дня!

З вами я, Інна Воротникова, та мій дайджест новин. Я би хотіла поговорити про лояльність. Лояльність бізнесу до своїх працівників та відповідно у зворотному боці. Нещодавно побачила допис у фейсбуці про свіже дослідження Gartner, яке закликає роботодавців бути якомога більш людяними і фокусуватися на емоційному досвіді співробітників. Так от Gartner пропонує нову модель EVP, яку вони назвали «людською справою» або «угодою з людиною». Ця модель будується на трьох основних принципах: бачимо людей, а не «працівників»; впливаємо на весь їхній життєвий досвід, а не тільки досвід роботи; беремо до уваги не тільки функціональні потреби, а й емоційні враховуємо теж. Впевнена, що така модель буде робочою лише за умови взаємної вигоди, інакше не спрацює. А як вважаєте ви? Напишіть мені про це.



В цьому дайджесті:

- Перший день в іноземній компанії. Короткий розмовник-порадник англійською для роботи в міжнародній компанії.
- Як утримати нових співробітників? Зустрічайтеся з ними в їх перший тиждень роботи!
- Ми все більше звикаємо до нової реальності: віддаленої роботи, зустрічей по зуму, віртуальних виступів. Лайфхаки з ефективної підготовки до онлайн-виступу.
- Яка відповідальність за невчасну виплату заробітної плати? Відповідь юриста
- Керівництво для сором'язливої людини, як завойовувати друзів і впливати на людей з 4-х простих кроків.
- Така хороша плітка: чому нам ніяк не обійтися без чуток і пліткарів?
- Чи можна не відчувати провини жінці - матері, яка досягає кар'єрних успіхів? Останні дослідження говорять про те, що багато жінок як і раніше звинувачують себе, якщо не присвячують весь свій час сім'ї і дітям.
- У цифровому світі, в який ми все більше і більше занурюємося, існують свої правила, які можуть вберегти наш цифровий простір. Щоб цього уникнути небезпеки, потрібно їх дотримуватися.
- Ще про лояльність. Тільки 8% споживачів у світі є відданими прихильниками конкретного бренду, а 91% — легко перемикаються між марками. Кінець епохи лояльності? Як у 2021 році побудувати бренд, якому довірятимуть? Поради.

Хай прийдешнє літо буде багатим на добрі події.
Залишаємося на зв'язку.

З повагою
Інна Воротникова



ФРАЗИ, ЯКІ ВАМ ЗНАДОБЛЯТЬСЯ



В ПЕРШИЙ ДЕНЬ РОБОТИ В КОЛЕКТИВІ З АНГЛОМОВНИМИ КОЛЕГАМИ

По матеріалам thepoint.rabota.ua



Максим Сундалов,
співзасновник та
керівник онлайн-
школи EnglishDom

Перший день ніколи не буває легким, передусім, якщо ви починаєте працювати в міжнародній компанії. З новим середовищем приходиться інша робоча культура, яка може дещо відрізнятися від нашої. Особливо, коли справа стосується англійської мови — вона доволі часто виступає головним стресовим фактором адаптації на новому місці.

Згідно з даними цифрової платформи онлайн-школи EnglishDom, 27% наших студентів вивчають англійську заради роботи та кар'єрного зростання. Тому ми часто допомагаємо їм скласти резюме, підготуватися до співбесіди чи до роботи в міжнародній компанії.

Перший день проходить почасти за

стандартним планом: ви знайомитеся з колегами, розповідаєте про себе, дізнаєтеся внутрішні правила компанії та прощаєтеся. І щоб надихнути вас, ми підготували короткий розмовник англійською для роботи в міжнародній компанії.

Як представитися?

Деякі компанії самі представляють нових співробітників, інші ж дозволяють новачкам знайомитися з колегами самостійно. Якщо у вас останній варіант, то перш за все необхідно визначитися, як саме розповісти про себе — формально чи неформально — бо стиль представлення має відповідати культурі компанії. Однак, незалежно від того, яке



<https://nrg.ua/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/new_recruiting_group/



https://t.me/new_recruiting_group

у вас робоче середовище, вам треба вказувати своє ім'я та посаду.

Hi! My name is Anna, and I was recently hired for the Operations Manager position. From now on, I will be responsible for developing and reviewing operational policies and procedures of our company. Can't wait to hit the ground running and work with you! – Привіт! Мене звати Анна. Мене нещодавно взяли на посаду операційного менеджера. Відтепер я буду відповідати за розробку та перегляд операційної політики та процедур нашої компанії. Не можу дочекатися, щоб взятися за справу і працювати з вами!

За невимушених обставин колеги можуть очікувати від вас більше інформації: про кар'єру, хобі або інтереси.

Nice to meet you! My name is Dmytro. I'm the new Analytics Assistant. I have been working at WNP Company for two years before joining this company. Outside of work, I enjoy playing chess and watching stand-up shows. – Радий знайомству! Мене звати Дмитро. Я – новий асистент з аналітики. Я працював у WNP компанії протягом двох років перед тим, як прийти сюди. Окрім роботи, я люблю грати в шахи та дивитися стендап шоу.

Те, що ви розповідаєте про себе, може залежати від вашої посади в компанії. Приміром, правильне представлення себе новій команді в ролі менеджера може допомогти вам завоювати повагу членів вашої команди й утвердитися як лідер. Тому у деяких випадках розгорнене знайомство з колегами може виявитися більш до речним.

Hi! My name is Katerina. I'm your new Event Manager. I have 8 years of experience conducting a wide array of events. I am thrilled to be the part of such outstanding company and hope that together we can get people excited about the events we promote. – Привіт! Мене звати Катерина. Я – ваш новий івент-менеджер. У мене 8-річний досвід проведення широкого спектра заходів. Я дуже рада бути частиною такої видатної компанії та сподіваюся, що разом ми зможемо зацікавити людей заходами, які просуваємо.

Порада: Пам'ятайте про культурний контекст та будьте обережні, вигадуючи веселі способи представитися. Жарти варто використовувати тоді, коли ви вже познайомилися з колегами та більш-менш знаєте їхній темперамент.

Як вести неформальні робочі розмови з колегами?

Після того, як ви розповіли про себе колегам, ймовірно вам захочеться познайомитися з ними ближче. Це допоможе встановити зв'язок зі співробітниками для позитивних стосунків у майбутньому. До речі, корпоративна культура у США дозволяє короткі неформальні розмови навіть

з топ-менеджерами. Тож для старту доцільно ставити питання насамперед пов'язані з роботою.

- How long have you been working for this company? – Як довго ви працюєте в цій компанії?

Дізнайтеся, хто новачок, а хто “ветеран”, запитавши, як довго вони тут працюють. Це питання може бути легким стартом для того, щоб отримати більше деталей про робочу рутину. Наприклад, де найкращі заклади для обіду – Where are the best lunch spots?, або як правильно користуватися кавоваркою – Could you show me please how to use coffee machine correctly?. Якщо вам пощастить, “ветеран” команди може навіть показати вам улюблене місце в парку, де колеги сидять під час обідньої перерви.

- How can my role support your role? – Як я можу вам допомогти?

Один зі способів справити позитивне враження на ваших колег – це запитати, як ви можете допомогти їм. Таким чином ви продемонструєте свою готовність бути командним гравцем та налаштуєте товариські стосунки з колегами.

- I'm a little nervous. What was your first day like? –

Я трішки схвилюваний(-а). Яким був ваш перший день?

Перші дні на роботі завжди непрості. І колеги це розуміють. Сказати про це відверто наважитися не кожен. Але якщо проговорити ці почуття вголос і визнати їх, це може допомогти вам заспокоїтися та знайти спільну мову з колегами. Зрештою, всі вони колись були на вашому місці.

А щоб урізноманітнити бесіду зі співробітниками, можна вдатися до icebreaking questions – це питання, які спонукають людей говорити на приватні теми, щоб

краще дізнатися одне одного. Вони використовуються у неформальному спілкуванні, коли необхідно задати веселий та безтурботний тон бесіди.

Тож почати можна з найпростішого – питань про інтереси. Ви швидко розтопите лід у стосунках з колегами, спонукаючи їх розповісти про свої вподобання. До того ж знайдете багато чого спільного або відмінного з ними.

- What are you currently reading? – Що ви читаете зараз?
- What's your favorite movie/holiday/meal/season? – Який ваш улюблений фільм/свято/їжа/сезон?
- Where would you most like to travel next? – Куди б ви найбільше хотіли відправитися наступного разу?
- Are you a cat person or a dog person? What breed of dog/cat do you like? – Ви любите котів чи собак? Яка порода собак/котів вам подобається?

Порада: Пам'ятайте, що коли ви розмовляєте з колегами, вміння слухати є ключовим моментом, проте недостатньо лише запитувати — потрібно щиро прислухатися до



їхніх відповідей та підтримувати бесіду. Зазвичай формат, коли людина лише ставить запитання, видає тривогу. Аби розслабитися, розкажіть про звичні й приємні речі з вашого побутового життя.

Як дізнатися внутрішні правила компанії?

Як правило, в перший день на людину не покладається ніяких серйозних робочих завдань – необхідно ознайомитися з документами, встановити деякі програми й розібратися із задачами. Коли перша неформальна частина знайомства закінчилася, вам треба дізнатися про внутрішні правила компанії.

Тому ми написали список запитань, який вам допоможе розібратися в перших робочих моментах.

- What tools do you use to get your work done? – Які інструменти ви використовуєте для виконання роботи?

Більшість компаній використовують декілька програмних систем або додатків, тому ліпше запитати про них у ментора із самого початку. Можливо, пізніше вам буде важче знайти час для отримання покрокової допомоги.

- How do people usually communicate at the office? – Як люди зазвичай спілкуються в офісі?

В кожному офісі є свій стиль спілкування. Є компанії, що використовують неформальну систему обміну повідомленнями або груповий чат, інші – електронну пошту або внутрішні телефонні лінії. Таким чином, ви дізнаєтесь, як ваші колеги та менеджмент комунікують між собою.

- How often do you want me to give you updates? – Як часто ви хочете, щоб я вам звітував(-ла)?

Це питання допоможе вам зрозуміти, як часто потрібно доповідати про роботу вашому безпосередньому керівнику. Це може бути відкритий стиль спілкування або ж формальні методи зворотного зв'язку чи ревью. Також можна запитати, як часто ви будете зустрічатися з керівником на тижні або під час випробувального терміну для обговорення робочих питань (How often will I have meetings with my manager during a first week (during a trial period)?)

- What are the expectations for work hours? – Які очікування щодо робочого часу?

Якщо про це не було написано в робочому контракті, тоді вам доведеться запитати про правила робочого часу: о котрій зазвичай починається та закінчується робочий день (At

what time does a working day usually start and end?), скільки часу відводиться на обід і перерву (How much time is allotted for lunch and break?), як часто проходять мітинги в команді (How often are team meetings held?) і чи гнучкий робочий графік (Is the working schedule tend to be flexible or not?).

Як попрощатися?

Перший день на новій роботі добігає кінця. Ви прочитали свої перші робочі документи, написали вітальне повідомлення в робочому чаті, познайомилися із колегами та сходили на каву. І тепер прийшов час попрощатися.

Найкращим варіантом до звичайного прощання буде додати одне-два речення про те, що вам було приємно познайомитися, поспілкуватися або подякувати, за те, що ви дізналися більше про компанію, її культуру та правила.

- It was a big pleasure to get acquainted with you. / It was wonderful to talk with you. Bye! – Було приємно познайомитися (поспілкуватися) з вами. До побачення!

- I've found out lots of new things about the company. Thank you! See you! – Я дізнався(-лась) багато нового про компанію. Дякую! До зустрічі!

- This morning I was very nervous getting prepared for the new place. But you were so welcoming and sympathetic to me that I didn't feel any discomfort. Thank you for helping and guiding me through working nuances. Have a nice evening! – Цього ранку я дуже нервував(-ла), готуючись до нового місця. Але ви були такими привітними та доброзичливими, що я не відчував(-ла) дискомфорту. Спасибі,

що допомогли мені розібратися в робочих нюансах. Гарного вечора!

- Although I was a bit shy, our lunch conversations helped me feel more relaxed. Thank you for this. See you tomorrow! – Хоча я був трохи сором'язливим(-ою), наші обідні розмови допомогли мені відчути себе більш розслабленим(-ою). Дякую за це. До завтра!

Перший день в міжнародній компанії може бути досить стресовим. Бо спілкування англійською накладає певний відбиток напруження. І щоб знизити градус тривожності, можна заздалегідь ретельно підготуватися до знайомства: написати в нотатник і проговорити можливі варіанти питань та відповідей. Зрештою, зосередьтеся на позитивних моментах і залишайтеся відкритими. Адже це найважливіше.



Для удержания новых сотрудников

встречайтесь с ними в их первую неделю работы



По материалам
edwvb.blogspot.com

Dawn Klinghoffer, Candice Young, Xue Liu

Первое впечатление на рабочем месте действительно важно – и не только для работодателя. Новые сотрудники формируют впечатления о компании начиная с самого начала, и это влияет на их решение остаться в компании в долгосрочной перспективе. Негативный опыт в период адаптации может привести их к ненужной и непредотвратимой текучести персонала, стоимость которой может достигать до двух годовых размеров заработных плат работника.

Однако, измерить успешность мероприятий по адаптации сложно. В Microsoft, где мы нанимаем тысячи людей ежегодно, нам не хватало эффективного способа измерить восприятие нашего процесса адаптации, кроме попытки сделать выводы из количества потерь персонала.

Стремясь лучше понять то, что мы считаем «ранней текучестью», мы обратились к очевидной возможности, которая была упущена. Мы начали просто спрашивать сотрудников об их опыте. Мы создали опрос и обратились к ним после их первой рабочей недели, а затем снова через 90 дней, чтобы узнать о новом опыте сотрудников и первых впечатлениях от Microsoft. Из опроса мы узнали, что мелочи очень важны для новых сотрудников – например, иметь рабочий компьютер и немедленный доступ к зданию, электронной почте и корпоративной компьютерной сети в первый рабочий день. Исходя из этого, мы привлекли людей из отделов расчета зарплаты, ИТ, иммиграционного, юридического, всеобщей безопасности, обучения, закупки, найма и HR для достижения общей цели: Удостовериться, что новые работники являются продуктивными в первый рабочий день. Каждый член команды способствовал достижению общей цели, и в результате все организационные барьеры были разрушены. Теперь мы ежемесячно просматриваем прогресс, обучаем и обмениваемся идеями и отзывами, чтобы гарантировать успех всех новых сотрудников.

Погружаясь глубже, мы хотели понять, как их раннее поведение влияет на вовлеченность примерно 3000 новых сотрудников. Благодаря партнерству с подразделением Microsoft Workplace Analytics мы сопоставили анонимные метаданные календаря и электронной почты (в той же мере анонимными) с данными

о вовлеченности. Утверждения, которые мы использовали для оценки вовлеченности, были «Я горжусь тем, что работаю в Microsoft» и «Я ожидаю, что буду работать в Microsoft в течение __ лет».

Мы узнали, что для нового сотрудника очень важно встречаться один на один со своим менеджером в течение первой рабочей недели. Те, кто делал это, видел ранний рост по трем ключевым направлениям.

- Во-первых, они, как правило, имели внутреннюю сеть на 12% больше и вдвое больше количество информационных потоков в течение 90 дней. Это важно, потому что сотрудники, которые развивают свою внутреннюю сеть, чувствуют свою принадлежность к компании и могут оставаться в компании дольше. Например, величина показателя намерения остаться по нашему опроснику у сотрудников, которые взаимодействуют внутри, на 8% выше нашего прогноза. Они также сообщают о более сильном чувстве принадлежности к своей команде, сохраняя при этом свое подлинное «Я».
- Во-вторых, у них были встречи более высокого качества. Более качественные встречи имеют меньше отказов от участия, меньше уровней контроля посещаемости, меньше участников, которые отправляют электронные письма во время встреч, и меньше участников в целом, и они, как правило, короче (один час или меньше).
- В-третьих, они потратили почти в три раза больше времени на взаимодействие со своей командой, чем те, у кого не было встречи с руководителем один на один. Это раннее взаимодействие в команде важно: сотрудники, которые проводят больше времени во взаимодействии, имеют более высокие шансы на успех от принадлежности к команде, чем те, кто этого не делает, и они склонны сообщать о более качественных встречах.

Эти и другие идеи помогают нам пролить свет на опыт адаптации сотрудников и дают нам направление для изменений, чтобы еще больше улучшить найм новых сотрудников. И это только начало для Microsoft. В настоящее время мы экспериментируем с другими способами улучшения работы по адаптации, уделяя особое внимание рабочим связям новых сотрудников, особенно когда руководитель работает в другом месте.

Но в конце концов, все сводится к следующему: не стоит недооценивать силу встреч с руководителем один на один в первую неделю. Это звучит очевидно, но для нового сотрудника это может быть самая важная связь, которую необходимо установить.



ЯК ПІДГОТУВАТИСЯ ДО ВИСТУПУ ОНЛАЙН



TIPS AND TRICKS ВІД ТРЕНЕРКИ СПІКЕРІВ

По матеріалам happy monday.ua

Ми все більше звикаємо до нової реальності: віддаленої роботи, зустрічей по зуму, віртуальних виступів. Та як зробити, щоб наші активності в онлайн були не менш ефективні, ніж докарантинні? Відповідь проста: правильно підготуватися. Своїми лайфхаками з ефективної підготовки до онлайн-виступу ділиться тренерка спікерів, співзасновниця keywords.agency Дзвінка Завалій.

COVID-19 змусив нас шукати нові шляхи взаємодії й співпраці, переформатувати те, як ми працюємо, як спілкуємося, як відвідуємо конференції. До того ж більшість компаній хочуть практикувати віддалену роботу і після пандемії. Так, опитування керівників компаній Gartner показало, що 80% планують дозволити працівникам працювати віддалено принаймні частину часу, а 47% готові надати їм можливість повністю перейти на роботу вдома. Отже, якщо зустрічі та презентації онлайн залишаються з нами, як нам виступати максимально ефективно? Розберімося у статті.

Як підготуватися до виступу онлайн: три етапи

Презентуєте ви в офлайн чи онлайн — виступ потрібно підготувати і відрепетирувати. І в онлайн-реальності до цього варто підійти ще з більшим завзяттям. Тепер контент опинився у центрі уваги, адже учасники зустрічей чи конференцій мають менше можливостей спілкуватися між собою, тому фокусуються на тому, що каже спікер, й мають вищі очікування.

Також ще ціннішим став час, адже в онлайні людям складно утримувати увагу протягом тривалого періоду. Тому перед спікерами постають два виклики: по-перше, наповнення презентації має бути цікавим аудиторії, по-друге, важливо доносити свої думки швидко. І щоб гідно відповісти на ці два виклики, до презентації необхідно готуватись.

Для ефективної підготовки рекомендую такий алгоритм:

$$(\text{intention} + \text{keywords} + \text{delivery}) * \left[\begin{array}{c} \text{dry} \\ \text{run} \end{array} \right]^n = \text{speech that works}$$

1. Intention (мета, задум)

На першому етапі, intention, пропрацюємо вашу внутрішню мотивацію, мету й головну ідею промови.

Внутрішня мотивація — це відповідь на питання:

- чому ви хочете говорити саме на цю тему?
- чому хочете вийти на сцену?
- чого персонально хочете досягти за допомогою промови?

Також важливо зрозуміти цільову аудиторію вашого виступу:

- хто вас буде слухати?
- чим живуть ці люди?
- що вони вже знають з теми виступу?
- що хотіли б від вас почути?

Коли ви зрозуміли аудиторію, можна встановити мету промови:



- що зміниться для цих людей після вашого виступу?
- що вони мають зробити/ відчуті після виступу?
- яка мета виступу?
- як ви розумієте, що досягли мети? (записати критерії)

Зрозумівши аудиторію і визначивши мету, важливо зафіксувати, які меседжі потрібно донести аудиторії. Щоб їх відшукати, слід відповісти на запитання:

- яка єдина думка має залишитися в голові слухача після виступу?
- які супровідні меседжі ви б хотіли донести?

2. Keywords (ключові слова)

На другому етапі, keywords, потрібно пропрацювати структуру промови, наповнити її історіями, фактами, прикладами (усім, що спаде на думку та що здається важливим) і відсіяти зайве.

На етапі роботи над структурою важливо продумати, яка послідовність викладу думок допоможе вам донести меседжі, якою буде логіка переходів між структурними блоками, а також як розпочати й завершити промову.

«Накидавши» структуру промови, можна занурюватись у наповнення кожного елемента. Додаємо історії, факти, дані, приклади, які стосуються теми промови, і розміщуємо їх відповідно до мети кожного структурного елемента.

Саме на цьому етапі більшість спікерів починають створювати слайди (якщо планують їх використовувати). Моя рекомендація — поки нема готового виступу, не перейматися красою презентації. На цьому етапі достатньо створювати прості слайди з чорними словами на білому тлі, на які додати заголовок й опис, як має виглядати слайд (наприклад: «тут має бути картинка з кораблем», «тут має бути статистика ринку праці за останній рік» або додати зображення, якщо вже знаєте, яке конкретно хочете використати). У нотатках до слайдів багато спікерів пишуть собі тези або скрипт промови.

Далі, коли зібрали усі приклади та історії, важливо ці елементи зв'язати з метою та меседжами промови та відсіяти ті, які не працюють на головну ідею (нерелевантні приклади, надмірна кількість інформації, історії заради історії). Саме тому раджу не займатися оформленням слайдів від початку, адже виступ буде змінюватися, і ваші зусилля можуть виявитися марними.

3. Delivery (подача)

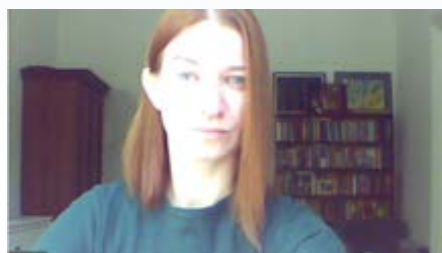
Наступний етап підготовки — delivery, і на ньому важливо подбати про все, що супроводжуватиме виступ, але не стосується контенту: про середовище

виступу, про ваш вигляд та про техніку. Також тепер, коли ви вже маєте фінальну та пропрацьовану промову, саме час зайнятися красою слайдів. На цьому я довго не зупинятимусь, адже експерти Happy Monday зробили це за мене: ось тут можна прочитати про те, як зробити гарну презентацію, а тут — як її робити не треба.

Готуємо середовище до виступу онлайн

Освітлення

Золоте правило: варто сидіти лицем до джерела світла середньої інтенсивності. Чому? Якщо світло дуже яскраве, то ви будете наче велика світла пляма з очима. Ось я як:



Якщо ви сидітимете спиною до джерела світла, то слухачам буде видно лише ваш силует.

Якщо освітлення у вашій кімнаті не найкраще, варто встановити за дев'ятьм настільну лампу, відцентровану над камерою, щоб освітити ваше обличчя. Щоб це добре працювало, мінімізуйте освітлення з інших джерел.

Розташування камери

Підніміть ноутбук так, щоб ваша камера знаходилася на рівні очей. Це можна зробити, підклавши під ноутбук коробку або купку книг. Якщо просто поставите ноутбук на стіл та дивитиметесь в камеру, ракурс буде ненайкращий, бо надміру відкриватиме ваші ніздрі та шию. Ось порівняйте:



Безлад на фоні — коробки, книжки, їжа, іграшки, білизна — не лише виглядає непрофесійно, але й може стати вашим конкурентом, адже слухачі матимуть вибір: слухати вас чи розглядати книжки, які стоять у вас на полиці.

Предмети інтер'єру допустимі в кадрі, якщо надто далеко розміщені, щоб їх розрізнити. А ідеальним є звичайне однотонне тло (стіна або спеціальний фон).

Якщо ви не можете впорядкувати свій простір, то є два варіанти: розмити фон у застосунку для відеодзвінків або створити віртуальне тло.

Звук

В ідеалі, вам слід бути в тихій кімнаті. Однак інколи це неможливо, якщо з дому також працює партнер або бавляться діти.

Цю проблему можна усунути, інвестувавши в якісну гарнітуру з вбудованим мікрофоном. Також важливо вимкнути нотифікації на телефоні й ноутбучі, щоб вони не заважали ані вам, ані слухачам.

Як виглядатиме спікер/ка

Одяг

Рекомендую обрати той одяг, в якому ви б пішли в офіс чи на зустріч. Це не лише допоможе вам виглядати більш професійно, але й дасть змогу перемкнутись з домашнього контексту на робочий.

Підбираючи одяг, уникайте візерунків, яскравих барв, а також блискучих тканин (наприклад, атлас або шовк), оскільки через камеру вони можуть мерехтіти при русі.

Найкраще обирати однотонні речі, щоб люди зосереджувались на вашому виступі, а не на вашому одязі.

Розташування

Ваша сцена — це екран вашого слухача. Тому важливо подумати, як найвигідніше себе розташувати на цій віртуальній сцені. Якщо ви сидите занадто близько до камери, ваше обличчя може виглядати роздутим. Найкраще сидіти, спершись на спинку крісла, на відстані витягнутої руки від камери. Це дасть вам більше простору для жестикуляції, що допоможе управляти енергією виступу і підкріплювати меседжі, які ви доносите.

Якщо є необхідність перемикаати слайди чи управляти мікрофоном/ ча-

том, можна використати бездротову мишку, клавіатуру або клікер.

Щоб слухачі вас сприймали ще краще, важливо очима дивитись у камеру, а не на екран.



Перевіряємо техніку

1. Забезпечте надійний зв'язок з інтернетом. Якщо є ризик, що мережа WiFi відімкнеться, потренуйтеся

заздалегідь роздавати інтернет з телефону, аби під час виступу точно знати, як перемкнутися на інше джерело мережі та під'єднатися до зустрічі.

2. Підготуйте запасний ноутбук (планшет чи телефон) на випадок, якщо виникне проблема.
3. Завантажте PDF-версію своєї презентації, аби показувати варіант, збережений на комп'ютері, а не онлайн. Це допоможе вам не хвилюватися про те, що інтернет буде зависати. До того ж, якщо відео чи зображення «важкі», то з комп'ютера вони запускатимуться без затримки. Зберігаючи презентацію як PDF, не забудьте видалити свої приховані слайди, адже вони будуть видимими під час показу.

4. Протестуйте презентацію заздалегідь — чи нічого не поплигло, чи вмикається слайд за кліком, чи відео відтворюються й мають звук.
5. Закрийте всі непотрібні програми, щоб вони не заважали вашому застосунку для вебконференцій. Також вимкніть будь-які інші фонові дії, які вимагають значного обсягу пам'яті, такі як завантаження файлів або миттєва синхронізація.
6. Попередньо ознайомтесь із платформою, через яку виходитимете на зв'язок. Потренуйтеся відключати мікрофон, шерити екран. Якщо ви ведучий, то потренуйтеся також відключати звук одного чи всіх інших учасників зустрічі й працювати з чатом.





Яка відповідальність за невчасну виплату заробітної плати?

По матеріалам t.me/advocatprava/

Адвокат Права

Всі ми часто з нетерпінням чекаємо виплату заробітної плати. Терміни виплати заробітної плати встановлені законодавством та за невчасну виплату настає відповідальність.

КЗпП України у статті 97 зазначає, що оплата праці працівників здійснюється в першочерговому порядку. Всі інші платежі здійснюються після виконання зобов'язань щодо оплати праці.

Заробітна плата виплачується у строки, встановлені колективним договором або нормативним актом роботодавця, але не рідше двох разів на місяць через проміжок часу, що не перевищує 16 календарних днів, та не пізніше семи днів після закінчення періоду, за який здійснюється виплата. Якщо день виплати заробітної плати збігається з вихідним, святковим або неробочим днем, заробітна плата виплачується напередодні.

! За невчасну виплату заробітної плати роботодавець можуть притягнути до фінансової, адміністративної або кримінальної відповідальності.

Відповідно до статті 265 КЗпП роботодавець несе фінансову відповідальність у вигляді штрафу за порушення встановлених строків виплати заробітної плати працівникам, інших виплат, передбачених законодавством про працю, більш як за один місяць, виплата їх не в повному обсязі – у трикратному розмірі мінімальної заробітної плати, встановленої законом на момент виявлення порушення (наприклад, якщо ваш роботодавець затримав заробітну платню на два тижні, то станом на травень 2021 року, він сплатить штраф у розмірі 18 000 грн.).

Крім того, у статті 41 КУпАП визначено адміністративну відповідальність за порушення встановлених строків виплати заробітної плати та виплату її не в повному обсязі, у вигляді штрафу на посадових осіб підприємств, установ і організацій незалежно від форми власності та громадян-суб'єктів підприємницької діяльності від 30 до 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (тобто від 510 до 1700 грн.).

За повторне протягом року порушення, або ті самі діяння, вчинені щодо неповнолітнього, вагітної жінки, одинокого батька, матері або особи, яка їх замінює і виховує дитину віком до 14 років або дитину-інваліда, – від 100 до 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (1700–5100 грн.).

За безпідставну невиклату зарплати громадянам більш як за один місяць, вчинену умисно керівником підприємства, установи або організації незалежно від форми власності чи громадянином, передбачено згідно зі статтею 175 КК України – кримінальну відповідальність у вигляді штрафу від 500 до 1000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (від 8 500 до 17 000 грн.) або виправних робіт на строк до 2-х років, або позбавлення волі на строк до 2-х років, з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років.

Якщо зарплату не виплатили через нецільове використання коштів, призначених для її виплати, передбачається покарання у вигляді штрафу від 1000 до 1500 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (17000–25500 грн.) або обмеження волі на строк до 3-х років, або позбавленням волі на строк до 5 років, з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років.

Роботодавець звільняється від кримінальної відповідальності, якщо до притягнення до кримінальної відповідальності ним здійснено виплату заробітної плати, стипендії, пенсії чи іншої встановленої законом виплати громадянам.



Руководство стеснительного человека Как завоевывать друзей и влиять на людей

из 4-х простых шагов



По материалам telegra.ph

- Майкл Томпсон — карьерный и коммуникативный коуч, который помогает директорам и предпринимателям создавать больше возможностей, правильно выстраивая взаимоотношения с другими людьми.

- Однако задолго до этого он был стеснительным интровертом, который в детстве страдал сразу несколькими речевыми дефектами.

- Теперь он преуспевает и работает в «секторе экстравертов». И добился он этого благодаря системе, которую сам он и создал, возведя в приоритет внимательность.



Майкл Томпсон

Я рос, будучи стеснительным интровертом с несколькими речевыми дефектами, постоянно слыша подобные заявления. И честно, я опробовал их все. Кроме того, я пришел к выводу, что куда проще и более эффективно быть добрым, чем пытаться всегда вести себя уверенно.

Последние 18 лет я работал в разных «экстраверт-

ных» областях, вроде продаж и коммуникации, и я пришел к успеху. Я не пытался соревноваться с экстравертами. Я позволил им победить в их игре. Вместо этого, я решил изобрести собственную игру — и направил все свои усилия на то, чтобы быть настолько внимательным, насколько это вообще возможно.

Вы можете счесть некоторые из нижеперечисленных рекомендаций основополагающими, но в этом и заключается весь смысл. Если я смог обучиться всему этому, будучи стеснительным и заикающимся ребенком, став коучем по разви-

тию взаимоотношений, то эти основы наверняка позволят добиться успеха и вам.

Демонстрируйте, что вы видите людей вокруг вас

В своей книге «If I Could Tell You Just One Thing» предприниматель Ричард Рид спросил у Билла Клинтона, что сыграло главную роль в его успехе.



<https://nrg.ua/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/new_recruiting_group/



https://t.me/new_recruiting_group

«Я пришел к убеждению в том, что один из самых важных факторов – это умение видеть людей», – рассказал Клинтон. «Человек, который открывает перед вами дверь, который наливает вам кофе. Признайте их присутствие. Продемонстрируйте им уважение. Традиционное приветствие представителей народа зулусов из Южной Африки – «Sawubona». Оно означает «Я вижу тебя». Так что я стараюсь поступать так же».

Да, Билл Клинтон – один из самых известных людей в мире, обладающий репутацией очаровательного и харизматичного человека. Но нет никаких объяснений, почему вы не можете следовать его примеру и стараться признавать каждого человека, которого вы встретите на своем пути уже с сегодняшнего дня.

Голова направлена вниз, телефон в руках – большинство из нас забывают о мире вокруг, включая и окружающих людей. Вот почему улыбнуться, придержать дверь и сказать «здравствуйте» незнакомцам – это такие сильные жесты. Признание людей заставляет вас выделиться, не выпендриваясь – а делая это правильно, такое поведение выстроит вашу привлекательность быстрее, чем вы когда-либо могли представить.

Производите хорошее второе впечатление

Каждый Том, Дик и Салли любит говорить: «У тебя есть только один шанс на то, чтобы составить первое впечатление».

Конечно. Но многое изменилось с тех пор, когда это клише стало просторечием. Как минимум, возможность продолжить наши разговоры теперь лежит буквально в клике от нас.

Бесконечное число раз я встречался с людьми мимоходом, с которыми у меня не складывались отношения с первого раза, лишь для того, чтобы дни или недели спустя увидеть добрый жест с их стороны. Порой они могут предложить какой-то вариант для нетворкинга, порой – посоветовать книгу или исполнителя, основываясь на том, что вы обсуждали.

Такие взаимодействия обучили меня одному важному уроку: тяжело невзлюбить кого-то настолько сильно, чтобы не уделить время на попытку это исправить.

Некоторым людям легко даются первые разговоры с людьми. Если вы не из их числа, и вам нужно чуть больше времени, чтобы себя проявить, воспользуйтесь этим. Если вы встретили человека, с которым хотели бы установить контакт, используйте это время, чтобы подумать о том, как вы можете помочь этому человеку или сделать его жизнь чуточку светлее, пускай и совсем немного.

Будьте в курсе того, что происходит в жизни других людей

Если вы интроверт, то, вероятнее всего, вы можете похвастаться хорошими навыками наблюдения и слушания.

Не переставайте уделять внимание этим навыкам. Многим людям не удается слушать и замечать то, что они слышат вокруг себя, поэтому внимательный человек, который действительно прислушивается к своим собеседникам – это ценная редкость.

Есть простой способ развить это качество: ведите записи после важных разговоров, убеждаясь в том, что вы записали все детали, которые точно были важны другому человеку.

Это невероятно ценно. Лишь немногие люди уделяют этому свое время, поэтому так вы сможете по-настоящему выделиться на общем фоне. Как бы вы чувствовали себя, если бы завтра вы включили бы свой телефон и увидели бы там сообщение от человека, с которым вы недавно познакомились, в котором он желает вам успехов на грядущей презентации? Или как насчет отправки персонализированного «выздоровливайте», отправленного вашему пожилому соседу, который недавно попал в больницу?

Хвалите человеческое развитие

Мой испанский был ужасен, когда я впервые переехал в Испанию. Примерно спустя год жизни здесь я встретился с моим первым учителем испанского, и он с восторгом отметил, насколько лучше стали мои навыки.

И мне изначально был симпатичен этот парень. Но что произошло после? Да я просто влюбился в него.

И хотя мы постоянно слышим, что люди не меняются – они меняются. Не все уделяют время тому, чтобы заметить и признать то, как люди развиваются и становятся лучше. И это не обязательно должно быть что-то ухищренное. Если ваш друг сделал новую прическу, сделайте ему комплимент.

Если ваш знакомый вот-вот достигнет какого-то важного этапа, установите себе напоминание, чтобы быть первым, кто поздравит его с этим.

И опять же, ни один из этих советов не сложен сам по себе: улыбайтесь, придерживайте двери и благодарите людей за то, что они делают и кем являются. Развивайте навык внимательной поддержки контакта и интересуйтесь тем, что происходит в жизни людей вокруг вас, замечая то, как они меняются и развиваются. Слушайте, смотрите, замечайте – и хвалите. Все это – мелкие действия, но они могут помочь вам чувствовать себя лучше и развивать более крепкие отношения с другими людьми.

И если завтра я не проснусь, будучи похожим на Брэда Питта, большинство людей вряд ли повернет голову в мою сторону, когда я зайду в помещение. Я никогда не буду душой компании. Но это нормально. Это просто не мой стиль.

Вместо этого, я привык играть долгие партии. И я позволяю многосоставной красоте доброты делать всю работу за меня.



ТАКАЯ ХОРОШАЯ СПЛЕТНЯ:

ПОЧЕМУ НАМ НИКАК НЕ ОБОЙТИСЬ
БЕЗ СЛУХОВ И СПЛЕТНИКОВ?



По материалам huxley.media

Бабушки на лавочке возле дома, которые знают о нас больше, чем мы сами о себе — давно привычный нам образ. Мы часто смеемся над теми, кто распространяет сплетни и слухи, но часто с удовольствием сплетничаем сами. Зачем вообще нужна обществу сплетня и почему от нее так сложно отказаться?

Сплетни о «звездах» не так уж и интересны

Американские ученые провели эксперимент, в котором предложили 269 женщинам и 198 мужчинам от 18 до 58 лет на протяжении нескольких дней записывать все, о чем они говорят. Психологи Меган Роббинс и Александр Каран из Калифорнийского университета снабдили их для этого специальными диктофонами, которые крепились на теле. Когда ученые обработали результаты, оказалось, что 14%

“
Словно мухи тут и там
Ходят слухи по домам,
А беззубые старухи
Их разносят по умам...”

Владимир Высоцкий

общения, а это в среднем примерно 52 минуты в день, люди тратили на... обыкновенные сплетни.

Проанализировав более 4000 сплетен, ученые разделили их на положительные, отрицательные и нейтральные. Отрицательных было в два раза больше, чем положительных — 604 случая против 376. Но основной массив сплетен представляли собой все же оценочно нейтральные сообщения, в которых фигурировали общие знакомые. Как ни странно, но о «раскрученных» медийных персонажах сплетничали намного реже.

На женщин и пожилых явно наговаривают!

Сплетни имели ярко выраженную возрастную «окраску». Чем был моложе участник эксперимента, тем охотней он обсуждал в разговоре третьих лиц. Кроме того, моло-

деж говорила больше гадостей о других, чем более взрослые люди.

Вопреки расхожему мнению, чем старше были испытуемые, тем меньше они были склоны к сплетням, и в их сплетнях было меньше негатива. Хотя, похоже, что на украинских старушек у подъездов эта американская тенденция не распространяется...

Склонность к сплетням зависит также от типа личности. Так, например, ориентированные на внешний мир экстраверты сплетничали намного чаще, чем погруженные в свой внутренний мир интроверты. Позитивные, негативные и нейтральные оценки оказались распределены между ними равномерно.

Существенно влияет на склонность к сплетням материальное положение и образование. Менее обеспеченные сплетничали о других гораздо охотнее. Более образованные были намного сдержаннее в обсуждении других и распространении слухов.

Следующее открытие ниспровергло гендерные стереотипы о женщинах, как неугомонных сплетницах и болтушках. Калифорнийские психологи установили, что мужчины и женщины сплетничают в среднем одинаковое количество времени. Более того, в своих оценках женщины оказались более нейтральны, а мужчины более негативны.

Сплетни полезны

Недавно портал MedicalXpress опубликовал данные исследования коллег калифорнийских ученых из Дартмутского колледжа, которые решили изучить социальную функцию сплетен. Для того они прибегли к экспериментальной игре, основанной на конфликте эгоистического типа поведения и необходимости сотрудничества. Двум группам участников эксперимента раздали деньги, создав своего рода лабораторную ситуацию «свободного рынка».

При этом люди никогда не получали полную информацию о других. Уче-

ные выдавали ее очень дозированно и участники эксперимента вынуждены были делать свои заключения только на основании внешнего наблюдения за игроками своей группы и делиться выводами с другими. Так в поле игры появилась сплетня.

Экспериментаторы утверждают, что сплетни — это вовсе не бесполезный треп, они выполняют важнейшую социальную функцию. Это информационный обмен, который создает для людей «общую реальность» и как бы тестирует членов социума на предмет «правильных», социально приемлемых действий.

Управление слухами

Сплетня — это многоцелевой социальный инструмент, без которого существование общества фактически невозможно. Несомненным является тот факт, что сплетни удовлетворяют определенную информационную потребность, именно поэтому они конкретны, детализированы и эмоциональны. Само значение слова двойственно.

С одной стороны в нем реализована идея «запутанности», с другой — «идея плетения/сплетенности», т.е. социальных связей. В целом, это довольно сложный социо-культурный феномен, оценка которого во многом зависит от контекста. Лингвистам удалось выделить 1158 контекстов бытования слова сплетня, хронологически относящихся к XIX–XXI векам.

Да и сама сплетня в современном мире становится важным инструментом управления смыслами и формирования нужных контекстов. Психологами давно разработаны эффективные технологии и алгоритмы «управления слухами». С их помощью повышают капитализацию брендов, влияют на результаты выборов и корректируют корпоративную культуру. Попробуйте узнать и проанализировать слухи о себе и своей компании — узнаете много неожиданно, но при этом полезного и стратегически важного...





ГЕНДЕРНІ РОЛІ І СТЕРЕОТИПИ

По матеріалам ratinggroup.ua

Результати опитування, проведеного Соціологічною групою «Рейтинг» наприкінці лютого 2021 року показали, що 56% опитаних вважають, що нерівності між жінками і чоловіками в Україні є рідкісним явищем. Водночас 35% переконані, що вони доволі поширені. Остання думка відносно частіше зустрічається серед жінок, аніж серед чоловіків. За останні п'ять років спостерігається незначне зростання кількості тих, хто вважає, що нерівності є розповсюдженими.

- Говорячи про можливості кар'єрного зростання в Україні, близько половини опитаних вважають, що як для чоловіків, так і жінок вони є однаковими. Попри це, третина переконана, що у чоловіків у цій сфері є переваги, стосовно жінок такої думки дотримуються лише 12%.
- Натомість щодо оплати праці, то 45% вважають, що в українських чоловіків тут більше можливостей. 43% кажуть про рівні можливості обох статей, лише про жінок – 7%. Стосовно можливостей у політиці, то більшість (54%) говорить про кращі можливості для чоловіків, 37% – обох статей, лише 6% – для жінок. Цікаво, що оцінюючи можливості у згаданих сферах, чоловіки частіше говорили про рівні можливості обох статей, аніж жінки. Натомість жінки, навпаки, частіше зазначали про кращі можливості для чоловіків. Також, чим старші респонденти, тим частіше вони зазначали, що у чоловіків більші можливості, аніж у жінок. Професійна сфера довгий час залишалася чоловічою, так само як і політична, і вся соціальна. Тому чоловіки менше бачать нерівність, бо вона їх майже не стосується.
- Оцінюючи життя у сім'ї та парі, частіше «жіночими» обов'язками респонденти вважали готування їжі (64%), та хатні справи (56%). 30-40% зазначили, що цю роботу виконують як чоловіки, так і жінки. Лише 3% сказали, що ці обов'язки частіше лежать на чоловіках. Говорячи про виховання дітей половина опитаних зазначили, що цим займають обоє. Водночас 41% респондентів стверджували, що це частіше робить жінка. Отже, в сімейній сфері зберігається традиційний розподіл ролей і вона зазнає менше змін, порівняно з професійною.
- Також близько половини опитаних зазначили, що розподілення бюджетом та організація відпочинку є обов'яз-

ком як чоловіка, так і жінки. Водночас третина зазначили, як в фінансових, так і питаннях дозвілля частіше керують жінки. Оскільки сім'ї та домогосподарству жінки приділяють більше уваги і це є їх «роботою», то, відповідно вони і розпоряджаються. Стереотип «чоловік керує на роботі, жінка – вдома» частково зберігається.

- 63% зазначили, що в їхній парі немає чіткої ролі голови і вони спільно вирішують справи. Про те, що головою є чоловік зазначили 21%, що жінка – 14%.
- Ініціативу в сексуальних стосунках респонденти частіше поділяли між двома статями (49%). Попри це, 40% зазначили, що частіше секс ініціює чоловік, лише 6% – жінка. Слід зазначити, що в цих уявленнях реалізований стереотип щодо активної ролі чоловіка і пасивної ролі жінки в цілому, а не лише в сексуальній сфері.
- Заробіток грошей в парі, на думку двох третин, є сферою, де домінують чоловіки. 20% зазначили, що заробляють в їхній парі обоє однаково. 13% сказали, що більше заробляє жінка. Професійна реалізація все ще вважається обов'язком та потребою в першу чергу чоловіків, а, отже, вони мають можливості більше заробляти і зазнають невисокої конкуренції з боку жінок.
- За останні п'ять років поступово зменшується кількість тих, хто говорить, що в їхній парі жінка частіше готує їсти та виховує дітей. Водночас зростає кількість тих, хто говорить, що головування в сім'ї – це спільна справа обох. Натомість у порівнянні з 2015 роком зросла кількість тих, хто стверджує, що більше заробляє чоловік, до минулого року спостерігалася зворотна тенденція. Домашні справи завдяки розвитку технологій та побутових сервісів потребують з кожним роком все менше часу, а нова норма маскуліності передбачає, що батько більше включений у процес виховання, а не лише є «економічним» додатком в сім'ї.

Говорячи про готування, прибирання по дому та виховання дітей, чоловіки, доволі часто зазначали, що це «жіноча» справа, або розділяли цю відповідальність. Натомість жінки значно частіше за чоловіків говорили, що це їхні обов'язки вдома. В сучасному суспільстві жінки хочуть перекласти на чоловіків частку домашніх обов'язків, бо жіноча трудова зайнятість та сфери професійної реалізації зростають та розширюються і на домашні обов'язки вже менше часу та



натхнення. В той час чоловіки все ще відчувають загрозу власній маскулінності в тому, щоб виконувати нібито «жіночі» обов'язки, які є рутинною і неоплачуваною працею, яка мало ким цінується.

- Хоча приблизно однакова кількість як чоловіків та жінок говорять про спільне вирішення питань щодо розпорядження бюджетом, відпочинку та головування, попри це в цих питаннях часто спостерігалася конкуренція. Так, жінки частіше ніж чоловіки говорили, що вони розпоряджаються грошима (42%). Серед чоловіків про свою перевагу у цьому питанні зазначили 20%. Стосовно організації відпочинку 39% жінок, та 30% чоловіків сказали, що частіше їхній обов'язок, аніж партнера. Стосовно «головування» 21% жінок та 29% чоловіків зазначили, що ця роль належить їм. Отже, «боротьба» за те, хто головний, триває і надалі, водночас з питаннями домінування у майбутньому визначатися буде ще складніше через зменшення диференціації ролей: що є «чоловічим», а що – «жіночим».
- Незважаючи на те, що відповідальність за інтимні стосунки представники різних статей часто розділяли між собою, відносна більшість віддавала тут першість чоловікам, при цьому це частіше робили жінки. Щодо заробітку грошей, то, на думку опитаних обох статей, ця відповідальність частіше за чоловіками. Хоча серед жінок 18% зазначили, що саме вони заробляють більше.
- Наявність дітей у парі впливає на розподіл ролей. Так, ті, у кого вони є, відносно частіше говорили, що готування їжі, є обов'язком жінки, а заробіток грошей – чоловіка. Такий розподіл ролей в класичній родині є традиційним. Тому, жінка, коли стає матір'ю, більше починає приділяти уваги дітям, а отже всьому, що пов'язано з їхнім доглядом. А чоловік – більше приділяти увагу заробітку, бо діти потребують більшого бюджету.
- Епідемія коронавірусу суттєво вплинула на збільшення часу, який витрачають сім'ї з дітьми на виховання та готування їжі. Особливо часто про це зазначали саме жінки: 42% сказали, що почали витрачати більше часу на виховання дітей, 34% – на готування. Діти частіше вдома, часто навчаються онлайн, отже, побутові справи потребують більше часу – а це «жіноча робота», яка до пандемії розподілялася на дві зміни (вдень – робота, ввечері – дім). Під час карантину ці дві «зміни» змішалися і спричиняють зростання стресу.
- В умовах «першого побачення» респонденти частіше віддавали ініціативу чоловікам, аніж жінкам. Так, 56% вважають, що запрошувати на побачення повинен чоловік. 43% стверджували, що це залежить від обставин. 79% вважають, що сам чоловік має оплатити похід в ресторан на першому побаченні, 18% допускають, що це може бути спільна оплата. У цьому моделюванні знову спостерігається стереотип: «чоловік активний, жінка пасивна» і кліше щодо того, що гроші та заробіток – це чоловіче, і він повинен нести фінансові зобов'язання перед жінкою.
- Натомість секс після першого побачення допускають лише 5% опитаних, 44% вказали, що це залежить від обставин, для 50% це недопустимо. Водночас це питання важко діагностувати через проблему соціальної бажаності, можливо серед тих, хто говорить, що це залежить від обставин значна частина все таки допускає таку можливість.
- Якщо стосовно питання запрошення на побачення не спостерігається суттєвої різниці у поглядах між чоловіками та



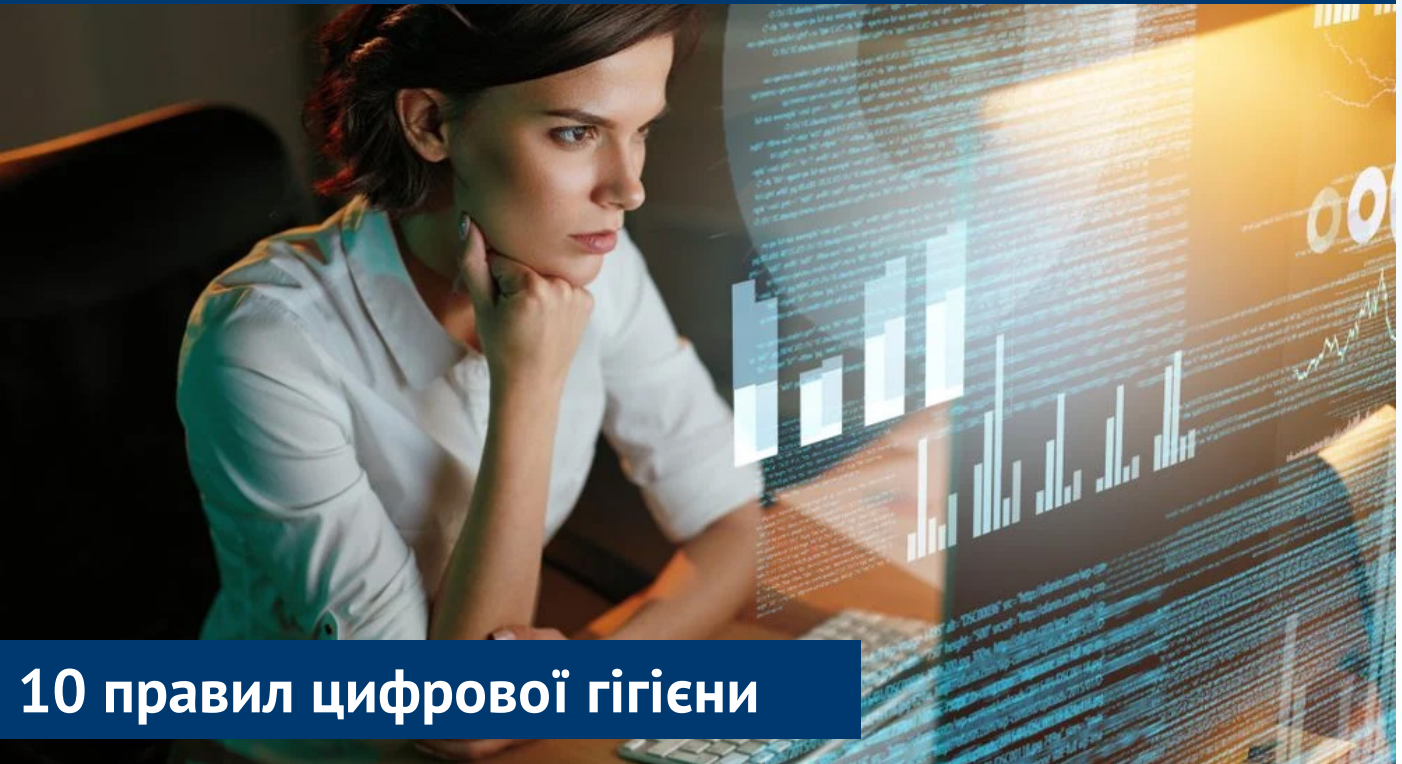
жінками, то щодо оплати в ресторані ініціативу більше беруть на себе самі чоловіки, при тому, що 25% жінок допускають розподіл витрат. Водночас можливість оплати походу в ресторан лише жінкою опитані практично не допускали. Щодо сексу після першого побачення, то дві третини жінок сказали, що це недопустимо, при тому, майже стільки ж чоловіків зазначили, що це залежить швидше від ситуації. Відсутність активної ролі жінок у цій сфері є відображенням еталонів сексуальної компетентності та суспільних очікувань: жінка не проявляє ініціативу та не погоджується на секс на першому побаченні, і це отримує схвалення, у чоловіків навпаки: чоловік, який не проявляє ініціативу втрачає у своїй маскулінності. Окрім цього, сексуальна компетентність чоловіків все ще передбачає, що чоловік більше повинен хотіти сексу, бути завжди «готовий». Норми жіночої сексуальної поведінки зворотні.

- Більше двох третин опитаних погоджуються з тезами, що чоловік має повністю забезпечувати свою сім'ю, у жіночому колективі сварок більше, ніж у чоловічому, головне покликання жінки – народити дитину, успішна кар'єра важливіша чоловікам ніж жінкам та, жінки краще виховують дітей, ніж чоловіки.
- Близько половини погодилися з тим, що для чоловіків секс важливіший, ніж для жінок та, що чоловіча дружба сильніша за жіночу. Натомість з тим, що чоловіки кращі керівники, та що жінка несе відповідальність за небажану вагітність більше, ніж чоловік, отримали більше негативних відгуків, хоча 35-40% з цим погодилися.
- Найбільш незгодні респонденти були з твердженнями, що жінка повинна слухатися чоловіка, що роль домогосподарки – повноцінна реалізація для жінки та те, що чоловіки зазвичай розумніші за жінок. Ці стереотипи є занадто архаїчними, тому через трансформацію ролей поступово зникають. В динаміці за 5 років спостерігається зменшення кількості тих, хто підтримує тезу про те, що успішна кар'єра більш важливіша чоловікам, більшу важливість сексу для чоловіків, перекладання відповідальності за небажану вагітність на жінок та те, що жінка повинна слухатися чоловіка. Цікаво, що більш консервативними у своїх поглядах стосовно ролей та установок у відносинах обох статей є представники західного макрорегіону. Традиційно такі твердження частіше підтримують старші та бідніші респонденти. Крім того у статеві-віковому розподілі спостерігається значна відмінність між чоловіками та жінками у поглядах на покликання жінки та її відносини із чоловіком саме у молодій віковій групі (18-35 років). Молоді чоловіки значно частіше схильні підтримувати «патріархальні» погляди, ніж молоді жінки.
- 68% зазначили, що будуть святкувати 8 березня, 29% – не будуть. За останні дев'ять років поступово зменшується кількість тих, хто його святкує. Більш значимим цей день є для мешканців Півдня та Сходу, та тих, хто перебуває в шлюбі. На Заході його не збираються святкувати майже 40% опитаних, серед тих, хто розлучений, або не одружений таких – 35-36%.

Аудиторія: населення України віком від 18 років і старші в усіх областях, крім тимчасово окупованих територій Криму та Донбасу. Вибіркова репрезентативна за віком, статтю і типом поселення. Вибіркова сукупність: 1500 респондентів. Метод опитування: CATI (Computer Assisted Telephone Interviews -телефонні інтерв'ю з використанням комп'ютера). На основі випадкової вибірки мобільних телефонних номерів. Помилка репрезентативності дослідження з довірчою імовірністю 0,95: не більше 2,5%. Терміни проведення: 27-28 лютого 2021 р.



Безпека – понад усе



10 правил цифрової гігієни

По матеріалам thepoint.rabota.ua

У цифровому світі, в який ми все більше і більше занурюємося, існують свої правила, які можуть вберегти наш цифровий простір. Саме ці правила і є цифровою гігієною. Деякі люди (особливо покоління Z) до використання інтернету та споживання інформації ставляться несерйозно. Вони стирають кордони між реальним і віртуальним світом, наражаючи себе на небезпеку (самі про це не здогадуючись). Також зі збільшенням кількості віддалених працівників збільшилася кількість зловмисників, які зазіхають на корпоративні дані.

Один з основних аспектів цифрової гігієни – безпека, її порушення може бути наслідком використання цифрового простору проти вас. Щоб цього уникнути, потрібно дотримуватися певних правил.

Встановіть антивірус

На кожному комп'ютері співробітника обов'язково має бути антивірус. Використовувати антивірус за віддаленої роботи теж важливо. Він допоможе виявити шкідливі програми на комп'ютері або телефоні. Проаналізує файли на пристрої та знайде небажані програми, відстежить програми з підозрілою поведінкою. Антивірус може видалити шкідливу програму з пристрою та відновити пошкоджені файли.

Подбайте про надійні паролі

Не використовуйте:

- прості та короткі паролі, які легко може підібрати зловмисник;

- повторно який-небудь зі старих паролів;
- імена дітей, родичів, дати народження та інші особисті дані, які легко можна знайти в соцмережах;
- один універсальний пароль для всіх поштових скриньок, месенджерів, соціальних мереж (в разі злому одного аканта, зловмисники можуть зламати інший).

Як подбати про надійний пароль:

- встановлюйте складні паролі (підберіть складну комбінацію літер, цифр і символів), використовуйте для захисту паролів біометрію та двофакторну аутентифікацію;
- регулярно змінюйте паролі (якщо довго використовуєте один пароль, велика ймовірність, що його зламують хакери);
- використовуйте спеціальні програми (менеджери паролів), наприклад, LastPass або 1Password. Вони зберігають всі коди та автоматично вводять їх на потрібних сайтах. Так не заплутаєтеся у великій кількості комбінацій, натомість потрібно пам'ятати лише один пароль.
- для безпеки використовуйте вхід через OpenID, який позначається кнопками «Увійти через Facebook/Google».

Використовуйте ліцензійні програми

Краще не встановлюйте програми на ПК/телефон з неавторизованих магазинів і каталогів, так підриваєте всю систему безпеки пристроїв. Слідкуйте за програмами, які відправляють запити про вашу геолокацію, доступ до камери, мікрофона тощо.

Оновлюйте програми та операційні системи на всіх пристроях. Розробники в оновленнях, зокрема, захищають від уразливості.



<https://nrg.ua/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/new_recruiting_group/



https://t.me/new_recruiting_group

Особиста інформація у соцмережах – табу

Максимально скоротіть кількість особистих даних у соціальних мережах.

- Не вказуйте: дату народження, адресу, контакти, геолокацію. Такі дані допоможуть злочинцям багато про вас дізнатися.
- Подумайте 100 разів перед тим, як надіслати особисті дані через соцмережі, навіть друзям, знайомим, родичам. Зловмисники можуть зламати їхні сторінки та переписуватися від імені друга з вами.
- Обережно приймайте запити на дружбу від незнайомих. В кращому випадку – отримуватимете рекламний спам.

Перевіряйте friend-стрічку та відписуйтеся від незнайомих/видаляйте їх з друзів. Залишайте лише тих, кого знаєте.

Резервне копіювання

Можна втратити важливу інформацію з телефона чи ПК з багатьох причин. Тому попередьте це та налаштуйте резервне копіювання даних пристрою в хмарні сховища в щоденний режим. Можете не хвилюватися, навіть якщо загубите телефон або випадково видалите з комп'ютера дані, втратите інформацію лише за останню добу.

Видаліть непотрібні сервіси

Якщо не користуватися будь-яким сервісом, краще видаліть його. Поштовий сервіс, яким не користувалися впродовж багатьох років, можуть атакувати хакери – а це може стати причиною зламу актуальних поштових скриньок.

Періодична відписка

Час від часу відписуйтеся від зайвих розсилок чи підписок, які у великій кількості приходять на пошту, в месенджери, соцмережі. Дуже часто це непотрібна інформація. Серед таких розсилок можете не помітити дійсно важливі повідомлення.

Не переходьте за підозрілими посиланнями

Не відкривайте електронні листи, які приходять на електронну пошту, а також повідомлення в месенджерах та не переходьте за підозрілими посиланнями – вони можуть бути вірусними.

Не зберігайте дані банківських карток на сайтах

Можете втрати кошти (якщо налаштоване автоматичне списання коштів). Наприклад, підписка на певний сайт перший місяць безкоштовна, а наступні – платна. Ви про це забули, підписка вам не потрібна, але кошти за підписку продовжують списуватися.

Перевіряйте фінансові операції

Існує багато зловмисників, які не гають часу, а тільки й чекають, поки ви втратите пильність, аби цим скористатися: швидко знімуть кошти з вашого рахунку або візьмуть кредит від вашого імені.

- Періодично (1 раз на місяць, наприклад) ознайомлюйтеся з виписками з банківських карток.
- Раз на рік робіть запити на свою кредитну історію, аби переконатися чи не відкриті на ваше ім'я чужі позики.
- Встановіть у банківському додатку двофакторну аутентифікацію. Вам потрібно буде вводити не лише пароль, але і код з СМС, наприклад. Так, це займе трохи більше часу, проте додаткова безпека не завадить.



Олександр Смирнов,
креативний директор
TABASCO.
Фото з особистого архіву

КІНЕЦЬ ЕПОХИ ЛОЯЛЬНОСТІ

Як у 2021 році побудувати бренд, якому довірятимуть. Три поради від креативного директора TABASCO

По матеріалам forbes.ua

Катерина Іванова

Тільки 8% споживачів у світі є відданими прихильниками конкретного бренду, а 91% — легко перемикаються між марками. Це результати дослідження «Consumer disloyalty is new normal», що його провело агентство Nielsen 2019 року. Так було не завжди, — каже Олександр Смирнов, креативний директор і партнер агентства TABASCO. За його оцінкою, ще на початку нульових понад 50% споживачів не готові були зраджувати улюблені марки

Розвиток інтернету і поява соцмереж повністю перебудували алгоритми взаємодії споживачів і брендів. Як зберегти лояльність клієнтів у цифровому світі: принципи брендобудівництва від Олександра Смирнова.

Ньюзмейкінг

Раніше, щоб подобатися людям, брендові досить було постійно бути на зв'язку з цільовою аудиторією. Тепер цього замало: потрібно швидко думати і швидко реагувати.

Здатність стрімко змінюватися залежно від того, куди рухається ринок, — новий виклик. Ось кілька прикладів. Після початку карантину співзасновник мережі кінотеатрів «Планета кіно» Дмитро Деркач вирішив створювати нові формати. Так, 7 травня 2020 року кінопоказ українського фільму «Мої

думки тихі» пройшов у дворі ЖК у Борисполі. Стрічку демонстрували на мобільному світлодіодному екрані. Звук транслювався на радіохвилі. А фірмовий попкорн Pumpidur мешканцям доставили безконтактно.

Такий самий підхід у Дмитра Борисова, засновника мережі ресторанів «Сім'я ресторанів Дмитра Борисова»: «Ми закрилися? Добре, значить, будемо службою доставки».

Це постійне «перепридумування» свого бренду в мінливих ринкових обставинах. Бренд демонструє, що не тримається за затверджене стратегією позиціонування, а здатний швидко змінюватися.

Побудова бренду сьогодні — це серіал. У чому особливість серіалу? Він тримає в напрузі. Цікаво спостерігати за розвитком конфлікту, визначати, які моральні цінності за цим стоять, що буде в наступній серії і наступному сезоні. Серіали, де немає ні драми, ні сюжету, дивитися нудно. Нудні бренди поступляться місцем тим, хто здатний захоплювати. Тому що увагу покоління зумерів і міленіалів вимуштрувано Google, який дає прямий зв'язок з «космосом»: нескінченну свободу вибирати будь-що в один клік. Вибір необмежений. Народжені в епоху інтернету не уявляють іншого і не проголосують за те, що не дивує.

Соціальна позиція

Бренд тепер — це не тільки «що я продаю», але і «яку соціальну позицію я займаю». Споживачі хочуть знати, яке



<https://nrg.ua/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/new_recruiting_group/



https://t.me/new_recruiting_group

ставлення вашого бренду до вуглецевого сліду, екології, якої позиції ви дотримуетесь щодо санітарних норм і Covid, чи дотримуетесь ви принципів гендерної рівності.

Показовим є приклад бренду нижньої білизни Victoria's Secret, який став для багатьох жінок lovemark. ДНК цього класичного патріархального бренду будувалася на тому, що нині інакше ніж сексизмом і об'єктивуванням жіночого тіла не назвеш. Бренд славився грандіозними показами, в яких брали участь моделі з ідеальними фігурами — «ангели Victoria's Secret».

У суспільстві наростали розмови про нереальні стандарти краси, які пропагує Victoria's Secret. Але бренд посилав усіх під три чорти: «ангелами Victoria's Secret» можуть бути тільки дівчата з підтягнутими, рельєфними тілами. Ніяких моделей plus size (дівчат з пишними формами) і трансгендерів. Довго стоячи на своєму, вони фактично обнулили свою лояльність. У 2019 щорічне шоу Victoria's Secret офіційно скасували на користь «інших каналів роботи з потенційними покупцями».

У 2015 році Volkswagen опинився в центрі скандалу, коли виявилося, що програмне забезпечення на автомо-

білях VW приховує реальні обсяги викидів шкідливих газів в атмосферу. Цю аферу німецький концерн розсьорбує досі. Volkswagen втратив у зв'язку з «дизельгейтом» 34 млрд євро, ще 1,2 млрд заплатить у 2021 році. Загальний обсяг збитків досягне 35 млрд євро за нинішньої ринкової капіталізації компанії розміром 48,5 млрд євро.

Персоналізація

Споживачі зрозуміли, що не компанія або торгова марка визначає сюжет, а люди, які його уособлюють. Це найчастіше власники або CEO.

Чому ми знаємо, що Amazon — це Безос, Virgin — Бренсон, Facebook — це Цукерберг? Людям не так цікава історія розвитку компанії, скільки історія успіху персон, які за нею стоять, а також їхні дії. Сім'я Ferrero випускає кондитерські вироби, Ілон Маск створює інновації, Чечоткін трансформує світ маркетплейсів. Чому споживачам подобається Monobank? Тому що класний застосунок, а ще — тому що там класні живі хлопці CEO, у яких можна повчитися бізнес-мудрості, на яких можна подивитися, як на приклади історії успіху.





Енергія
твого успіху

Випуск №
5
(76)
(від 27.05.2021)

ШАНОВНІ ЧИТАЧІ!

Свої побажання та пропозиції
надсилайте на e-mail:

i.vorotnikova@nrg-ua.com

Контактні телефони:

+38 050 327 98 88

+38 044 594 30 98



<http://www.nrg-ua.com/>



<https://www.facebook.com/nrg.ua/>



<https://www.linkedin.com/company/new-recruiting-group/>



https://www.instagram.com/new_recruiting_group/



https://t.me/new_recruiting_group