

Для успешного ведения бизнеса мы должны быть компетентны в сфере международных бизнес-коммуникаций, владеть особенностями менталитета белорусского и немецкого бизнесмена.

Большинство немецких предпринимателей отлично ведут переговоры на английском языке. В штате крупных компаний всегда работают компетентные специалисты-переводчики. Несмотря на это, принято, что языком бизнеса является язык заказчика, поэтому команда профессионалов по экспорту должна иметь своего специалиста, владеющего немецким языком на высоком уровне. Переговоры немцы начинают проводить сразу после первого знакомства. Для того, чтобы перейти к рассмотрению деловых вопросов, им не нужно налаживать близкие личные отношения. В процессе дискуссий это происходит само собой.

Все вопросы, касающиеся бизнеса, обсуждаются постепенно. Пунктуальность является особо отличительной чертой немцев. На встречи нужно появляться на несколько минут раньше, иначе может сложиться мнение о ненадежности делового партнера. Если представитель компании опаздывает на полчаса, значит, вполне, возможны и задержки поставок на несколько недель! В случае непредвиденных обстоятельств, лучше перенести встречу на другое время. В Германии принято, что переговоры, заседания и другие деловые мероприятия никогда не прерываются телефонными звонками или случайными посетителями. Большая часть немцев имеют высокие ученые звания. Поэтому, в бизнес-протоколе Германии четко заложены принципы формального поведения. Это значит, что в зависимости от ранга, профессионального уровня или высшей академической квалификации человека к нему нужно проявлять особое уважение.

Девиз всемирной сети немецких внешнеэкономических палат: «Denken global – handeln lokal» – думать глобально, а действовать в привязке к конкретной ситуации. Философия нашей деятельности заключается в том, что сотрудничество не может быть дорогой с односторонним движением, сотрудничество всегда предполагает движение в обоих направлениях.

<http://edoc.bseu.by>

В. О. Друтько

Научный руководитель – кандидат педагогических наук, доцент
С. В. Селицкая, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ

Кадровый рынок находится в состоянии активной борьбы за каждого компетентного соискателя. В условиях быстро меняющегося общества и высокой конкуренции в бизнесе руководители предприятий и HR-специалисты столкнулись с новой трудностью: им приходится формировать команды из сотрудников, принадлежащих к разным поколениям, имеющих разные ожидания и методы работы. Один из эффективных инструментов, помогающих понять основополагающие ценности людей разного возраста – «Теория поколений» (Нейл Хоув и Уильямс Штраус), которая основана на том, что ценности людей, выросших в разные исторические периоды, значитель-

но различаются. По мнению авторов, на формирование ценностей влияют экономические, социальные, технологические, политические факторы. В основу своей теории Хоув и Штраус положили мысль о том, что поведение человека зависит от того, в каких условиях он жил и воспитывался до 12–14 лет. На основе своих исследований авторы создали классификацию поколений XX, а позднее XXI века. Каждые четыре поколения составляют цикл. Весь цикл смены поколений занимает примерно 80 лет, а на каждое поколение отводится 20 лет (плюс-минус 2–3 года). Условно Хоув и Штраус разделили поколения следующим образом: поколение строителей (G1) (1900–1921 гг.), Молчаливое поколение (1923–1943 гг.), поколение Беби-бумеров (1943–1963 гг.), поколение X (1963–1983 гг.), Y («Миллениум» или поколение Сети) (1983–2003 гг.), поколение Z (2003–2023 гг.). Сейчас на рынке труда активны представители 3-х поколений: Бэби-бумеры, X и Y.

Данная теория вызвала у нас интерес, и мы решили провести собственное исследование, целью которого было изучение ценностей разных поколений. Для этого мы разработали анкету, которую предложили респондентам. В исследовании приняли участие 115 человек – представители предприятий и учебных заведений города Бобруйска. Возраст респондентов составил 16–29 лет (поколение Y), 29–49 лет (поколение X) и 49–61 лет (поколение Беби-бумеров).

Анализ результатов социологического исследования позволил выявить, что ценности респондентов поколений X, Y, Беби-бумеров значительно отличаются друг от друга, но одинаковы внутри возрастной группы. В ходе исследования было установлено, что 79 % респондентов поколения X по своей природе индивидуалисты, но несмотря на это для них важны и атмосфера в коллективе (52 %), и общественное признание (53 %). Для людей, принадлежащих к этому поколению, большое значение имеет достижение поставленных целей (83 %) и возможность для дальнейшего обучения (48 %). Большинство X преданы своей организации (66 %), но в то же время они готовы сменить место работы или жизнь полностью (54 %). Беби-бумеры, как и X, стремятся к достижению поставленных перед собой целей, для этого они готовы к постоянному саморазвитию (100 %). Бумеры готовы действовать с опорой на команду, что говорит об их коллективизме (54%). Поколение Бумеров при поиске места работы отдают предпочтение престижным (46 %) и высоко оплачиваемым (82 %) вариантам. Они преданы своему делу (100 %), ответственны (100 %), но в то же время не приветствуют даже незначительные изменения. В отличие от Беби-бумером поколение Y постоянно стремится к изменениям (88 %), но, как и Бумеры Y готовы к саморазвитию (90 %). Они готовы брать ответственность (91 %) за результат своей деятельности на себя. При выборе места работы Y будут уделять внимание таким критериям, как возможность постоянного карьерного роста (60 %), высокая заработная плата (54 %) и интерес (64 %).

Многие европейские, а также некоторые отечественные компании успешно применяют данную теорию на практике в управлении персоналом

для того, чтобы сформировать эффективную команду, состоящую из представителей разных поколений; создать системы для мотивации и обучения сотрудников.

А. А. Митюрин

Научный руководитель – кандидат педагогических наук, доцент
Л. П. Павлова, БФ БГЭУ (Бобруйск)

ПРОБЛЕМЫ МИГРАЦИИ КАК ОДНА ИЗ ТЕНДЕНЦИЙ ПРОЦЕССА ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Миграция – это очень широкое понятие, охватывающее все виды миграционных процессов, т. е. перемещений населения как внутри одной страны, так и между странами – по всему миру (международная миграция). Далеко не всегда миграция принимает массовые формы. В спокойные времена она затрагивает небольшие группы или отдельных людей. Их передвижение происходит, как правило, стихийно. Демографы выделяют два основных потока миграции внутри одной страны: город – село и город – город. Установлено, что до тех пор, пока в стране идет индустриализация, люди переезжают в основном из села в город. По ее завершении, люди переселяются из города в пригородные зоны и сельские районы. Обнаруживается интересная закономерность: потоки мигрантов устремлены в те места, где социальная мобильность наиболее высока.

Эмиграция снижает численность населения. Если уезжают наиболее способные и квалифицированные люди, то снижается не только численность, но и качественный состав населения. Иммиграция повышает численность населения. Приток высококвалифицированной рабочей силы повышает качественный состав населения, а малоквалифицированный вызывает обратные последствия. Благодаря эмиграции и миграции возникали новые города, страны и государства. Известно, что в городах рождаемость невысока и постоянно снижается.

Эмиграции тем масштабнее, чем меньше у населения возможностей удовлетворить свои потребности в своей стране, в том числе за счет внутренних переселений. Пропорции между внутренней и внешней миграцией определяются экономической ситуацией, общим социальным фоном.

Одним из видов миграции является трудовая. К трудовой миграции правильнее относить такие виды социальных перемещений, которые вызваны комплексом причин, в том числе, помимо заработка, желанием улучшить условия труда, приблизить место работы к месту жительства, изменить социально-психологическую атмосферу, сложившуюся на прежнем месте работы, повысить квалификацию, получить более интересную и перспективную работу и др. Разновидностью трудовой миграции выступает текучесть кадров и более широкое понятие – «текучесть рабочей силы».

Текучесть рабочей силы – индивидуальные неорганизованные перемещения работников между предприятиями (организациями). Масштабы текучести рабочей силы характеризуются числом работников, вышедших