

«ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021. – Дата доступа: 10.02.2021.

4. О состоянии государственных финансов Республики Беларусь // Министерство Финансов Республики Беларусь (Главное управление бюджетной политики) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minfin.gov.by/upload/bp/doklad/2019/yd2019.pdf>. – Дата доступа: 10.02.2021.

В.Г. Хлуд, доктарант

Г.А. Рэшына, д-р. экон. наук, профессор

Балтыйская міжнародная акадэмія

Рыга (Латвія)

ІНСТРУМЕНТ КАРПАРАТЫЎНАГА КІРАВАННЯ ДЛЯ ЎКЛЮЧЭННЯ СУПРАЦОЎНІКАЎ У ІНАВАЦЫЙНУЮ ДЗЕЙНАСЦЬ АРГАНІЗАЦЫІ

Не толькі Рэспубліка Беларусь і краіны Еўрапейскага саюза, але і ўвесь свет перажываюць пераломны этап у сваім развіцці. Мяняюцца звыклыя метады і ацэнкі таго, што адбываецца ў сусветнай эканоміцы, палітыцы, грамадскім развіцці. Інавацыйныя падыходы да вырашэння праблем, выкліканых пандэміяй каронавіруснай інфекцыі COVID-19, неабходныя арганізацыям у розных сферах дзейнасці і на ўсіх узроўнях кіравання.

Узнікае неабходнасць вырашэння дзвюх, на першы погляд, незвязаных праблем – неўключэнне супрацоўнікаў маладога ўзросту ў інавацыйную дзейнасць і павольнае рэагаванне арганізацыі на знешнія эканамічныя змены.

Ідэю кіравання на ўсіх узроўнях закрануў англійскі пісьменнік і філосаф Дж. Чосэра ў XIV стагоддзі. У сваіх працах ён не мог вырашыць, як трэба пісаць: «governance» або «governaunce». У 1988 годзе С. Вартык і Ф. Кахрэн апублікавалі анатаваную бібліяграфію публікацый па карпаратыўным кіраванні [4, 80].

Стандартнага вызначэння карпаратыўнага кіравання не існуе, у шырокім сэнсе гэта паняцце адносіцца да сістэмы, з дапамогай якой арганізацыі кіруюцца і кантралююцца, уключаючы ролі савета дырэктараў, менеджменту, акцыянераў і іншых зацікаўленых бакоў. Карпаратыўнае кіраванне забяспечвае структуру, з дапамогай якой ставяцца мэты арганізацыі і вызначаюцца сродкі дасягнення гэтых мэтаў і маніторынгу вынікаў дзейнасці [3, 19]. Слабая форма карпаратыўнага кіравання з'яўляецца адной з асноўных прычын многіх праблем, з якімі сёння сутыкаюцца арганізацыі.

Для мэт сапраўднай працы тэрмін карпаратыўнае кіраванне вызначаецца як сістэма ўзаемаадносін менеджэраў і ўладальнікаў арганізацыі [7, 60].

Варта адзначыць, што карпаратыўнае кіраванне аўтарытарнага стылю зверху ўніз становіцца не эфектыўным і замест гэтага неабходна імкнуцца мабілізаваць творчыя рэсурсы сваіх супрацоўнікаў з дапамогай больш лаяльных метадаў кіравання [1].

Актуальнасць тэмы даследавання таксама пацвярджаецца тым, што пандэмія каронавіруснай інфекцыі COVID-19 негатыўна паўплывала на сітуацыю ў сферы беспрацоўя сярод маладых людзей.

У адпаведнасці з прынятай класіфікацыяй Міжнароднай арганізацыі працы ў ключавых індыхатарах рынку працы “Беспрацоўе сярод моладзі” да маладых людзей адносяць асоб ва ўзросце 15-24 гадоў [6].

Сярод эканамічна актыўнай часткі моладзі беспрацоўнымі з'яўляюцца тыя, хто не мае працы, але займаецца яе пошукам і гатовы прыступіць да яе ў адпаведнасці з наяўнай кваліфікацыяй.

Вывучым статыстычныя дадзеныя па беспрацоўі сярод моладзі Рэспублікі Беларусь і Латвійскай Рэспублікі ва ўзросце да 25 гадоў.

На прыкладзе Рэспублікі Беларусь магчыма прааналізаваць кварталныя статыстычныя справаздачы ўзроўню беспрацоўя па дадзеных выбарачнага абследавання хатніх гаспадарак. У II квартале 2020 г. беспрацоўе сярод моладзі ва ўзросце да 25 гадоў складала 14,6%, а ў IV квартале 2020 г. – 9,3% [9].

На падставе штомесячных дадзеных у чэрвені 2020 г. беспрацоўе сярод маладых людзей Латвійскай Рэспублікі складала 17,5%, а да снежня 2020 г. паказчык знізіўся да 14,1%. У студзені 2021 г. узровень беспрацоўя склаў 15,5%, што па-ранейшаму вышэй за сярэдні паказчык па краінах Еўрапейскага саюза [5].

Аналіз дадзеных сведчыць аб тым, што арганізацыям неабходна аператыўна ўкараняць інавацыйныя метады вырашэння праблем, каб максімальна выгадна падбудавацца пад існуючую эканамічную сітуацыю і, такім чынам, ствараць новыя працоўныя месцы для моладзі.

Дыя таго, каб прааналізаваць праблему неўключэння супрацоўнікаў маладога ўзросту ў дзейнасць арганізацыі, звернемся да тэорыі пакаленняў. Дадзеная тэорыя ўпершыню была выкладзена ў 1991 годзе ў кнізе, у якой аўтары эканаміст Н. Хоўв і гісторык У. Штраўс расказвалі і аналізавалі біяграфіі прадстаўнікоў розных пакаленняў. У 1997 годзе яны дэтальна апісалі сваю тэорыю, як цыклічнае паўтарэнне мадэляў паводзін рознымі пакаленнямі.

Тэорыя аўтараў заключаецца ў тым, што адбываюцца эканамічныя і палітычныя падзеі, якія аказваюць уплыў на станаўленне чалавека як асобы, а таксама вызначаюць яго паводзіны, у тым ліку ў працоўнай дзейнасці.

Асновай тэорыі з'яўляюцца каштоўнасці прадстаўнікоў розных пакаленняў. Каштоўнасць – гэта значнасць з'яў і прадметаў рэальнай рэчаіснасці з пункту гледжання іх адпаведнасці або неадпаведнасці патрэбам грамадства, сацыяльных груп і асобы [2, 29].

Тэхналогіі развіваюцца, грамадства мяняецца, запатрабаванні растуць, вымяраюць і з'яўляюцца новыя прафесіі, але гістарычныя перыяды застаюцца ранейшымі. Кожны з гэтых перыядаў (як правіла дваццацігадовы) уплывае на фарміраванне каштоўнасцяў пакалення.

Аснову чалавечых рэсурсаў арганізацый складаюць супрацоўнікі, народжаныя ў перыяд з 1982 па 2004 гг. Паводле тэорыі пакаленняў, яны адносяцца да пакалення Y (пакаленне міленіўм) - міленіялы.

Асноўныя фактары, якія паўплывалі на фарміраванне каштоўнасцяў прадстаўнікоў пакалення міленіум: распад СССР, міжнародныя тэракты, ваенныя канфлікты, двухбаковая пнеўманія, развіццё лічбавых тэхналогій. Мабільныя прыстасаванні і Інтэрнэт – іх звычайная рэчаіснасць, таму ім уласцівая глыбокая ўцягнутасць ў лічбавыя тэхналогіі. Іх сістэму каштоўнасцяў складаюць такія катэгорыі, як грамадзянскі абавязак, мараль і адказнасць. У першую чаргу, для прадстаўнікоў пакалення Y важна неадкладнае ўзнагароджанне за працу. Таксама вельмі важным для гэтага пакалення з'яўляецца самавыяўленне. У працоўнай дзейнасці для міленіялаў важна працаваць у камандзе, у якой супрацоўнікі аб'яднаны агульнымі мэтай і бачаннем – ідэяй [9].

Дасягненне мэты і рашэнне праблем даследавання магчыма шляхам стварэння ценявых інавацыйных саветаў. Гэта значыць, прыцягнення некіруючых супрацоўнікаў

маладога ўзросту да прыняцця стратэгічных ініцыятыў і распрацоўкі інавацыйных ідэй сумесна з кіраўнікамі арганізацыі. Гэтым самым пашырыцца спектр пунктаў гледжання кіраўнікоў за кошт выкарыстання ідэй маладых супрацоўнікаў – міленіялаў.

Кіраванне пры стварэнні цэнавых інавацыйных саветаў неабходна ўзроставымі катэгорыямі і выніковымі паказчыкамі ў працы супрацоўнікаў маладога ўзросту, а таксама неабходна ўлічваць наступныя ўмовы:

- адносіны ўдзельнікаў павінны быць на роўных незалежна ад прынятай іерархіі і ўзросту;

- культура арганізацыі абмеркаванняў інавацыйных праектаў павінна выяўляцца на прыкметах павялічаны асобы, спакойнага абмеркавання праблем, тэндэнцый і перспектываў развіцця;

- наяўнасць унутранага мэдэратара (ментара), які будзе кіраваць дзейнасцю каманды «наперад і ўверх» і ўплываць на развіццё паспяховай камунікацыі ў працы савета;

- перспектыва атрымання матэрыяльнай выгады;

- навучанне і прафесійнае развіццё;

- змена дзейнасці і прафесійных кірункаў.

Прапанаваныя змены іерархіі карпаратыўнага кіравання шляхам стварэння цэнавога інавацыйнага савета з'яўляюцца немацэрыяльным метадам вырашэння праблемы ўцягнутасці супрацоўнікаў маладога ўзросту ў інавацыйную дзейнасць і гнуткага рэагавання арганізацыі на непрадказальныя эканамічныя ўмовы.

Спіс выкарыстаных крыніц

1. Corporate Management [Electronic resource] // ScienceDirect, International Encyclopedia of Human Geography. – Mode of access: <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/corporate-management>. – Date of access: 07.03.2021.

2. Howe N. The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny / N. Howe, W. Strauss. – New York: Broadway Books, 1997. – 461 p.

3. Vallabhaneni, S. Rao. Corporate management, governance, and ethics best practices / S. Rao. Vallabhaneni. – Hoboken, N.J. : John Wiley & Sons, 2008. – 430 p.

4. Tricker, R. Ian. Corporate governance : principles, policies, and practices / R. Ian. Tricker. – New York : Fourth edition : Oxford University Press, 2019. – 537 p.

5. Unemployment by sex and age – monthly data. [Electronic resource] // Eurostat: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/UNE_RT_M__custom_650279/default/table?lang=en. – Date of access: 07.03.2021.

6. Youth unemployment. [Electronic resource] // International Labour Organization: https://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/research-and-databases/kilm/WCMS_422439/lang-en/index.htm. – Date of access: 07.03.2021.

7. Большаков, А. В. Эволюция иерархических систем управления промышленными корпорациями: концепция А. Чандлера / А. В. Большаков // Экономический анализ: теория и практика. – 2012. – № 9(264). – С. 59–64.

8. Занятость населения (по данным выборочного обследования домашних хозяйств в целях изучения проблем занятости населения). [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/socialnaya-sfera/trud/operativnaya-informatsiya_8/o-zanyatosti-naseleniya-po-dannym-vyborochnogo-obsledovaniya/. – Дата доступа: 07.03.2021.

9. Команда мечты Миллениумы, или как привлечь Миллениумов в вашу команду [Электронный ресурс] // Rugenerations – Российская школа теории поколений. – Режим доступа: <https://rugenations.su/2020/02/25>. Дата доступа: 07.03.2021.

*О.В. Циунчик, канд. экон. наук, доцент
УО «Белорусский государственный университет информации и
радиоэлектроники»
Минск (Беларусь)*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА

Основной причиной появления новой электронной экономики стал прорыв в области телекоммуникаций и систем обработки данных. На сегодняшний день стало нормой, что как частные лица, так и компании во всем мире связаны друг с другом по электронным каналам. Это привело к изменению принципов ведения бизнеса, основных его характеристик, что нашло своё проявление в следующих ключевых аспектах:

1) обработка и обмен информацией стали более мощным и эффективным средством ведения бизнеса, чем перемещение физических товаров. Стоимость компаний в большей степени определяется не ее материальными активами (такими как здания, оборудование), а такими нематериальными активами (люди, идеи, технологии и стратегии объединения и использования главных информационных ресурсов компании);

2) «стираются» расстояния. Любой бизнесмен и/или его сотрудник может мгновенно связаться со своим клиентом в любой точке нашей планеты. Как следствие – практически весь мир становится потенциальным клиентом. Соответственно, перед бизнесом открываются огромные возможности;

3) интерактивность становится важнейшим фактором успеха, что ведет к существенным изменениям в стратегии и тактике ведения бизнеса. Так, конкурентные преимущества получают те компании, которые могут быстрее реагировать на изменения на рынке и оперативно адаптироваться к новым условиям в реальном времени;

4) интеллектуальный капитал становится одним из главнейших факторов в развитии новой экономики. Большие дивиденды приносят инвестиции в оригинальные идеи, технологии и модели ведения бизнеса;

5) ускоряется рост, в первую очередь, за счёт использования сети. Связь через сеть проста, и информация о новом товаре (услуге и т.д.) распространяется молниеносно;

6) увеличивается рыночная стоимость. Она изменяется экспоненциально с ростом доли на рынке;

7) сетевой эффект еще более заметен. Чем в большей степени он используется, тем более важным он становится. В этом есть принципиальное отличие от обычной экономики, в которой ценность товара тем выше, чем больше его дефицитность;

8) традиционного посредника из-за роста объема информации заменяет информационный посредник, способный переработать поток данных в полезную информацию.

В целом, с появлением сети появляются новые возможности для всех субъектов экономики.

В эволюции электронной коммерции можно выделить четыре этапа развития [1]: