

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/> – Дата доступа: 25.01.2006.

2. Репкин, С.Б. Экономическая оценка человеческого капитала и эффективность его использования инвестором в игровых видах спорта: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 / С.В. Репкин. – Минск, 2008. – 112 л.

УДК 339.138

Бриджинг или взаимодействия со стейкхолдерами предприятия: значение и направления реализации

Ю.Г. ВАЙЛУНОВА

(Витебский государственный технологический университет, Беларусь)

В условиях конкуренции, неопределенной внешней среды субъекты хозяйствования должны развивать партнерские отношения со стейкхолдерами, разрабатывать партнерские программы и стратегию их реализации.

Одним из способов взаимодействия и сотрудничества со стейкхолдерами предприятия является бриджинг, что в переводе с английского языка означает «наводить мосты».

Бриджинг – это долгосрочное, стратегическое партнерство, которое может быть реализовано предприятием в разных формах.

Можно выделить следующие формы бриджинга:

- создание совместного бизнеса со стейкхолдерами – создание интеграционной структуры «жесткого» типа (объединение активов);

- сотрудничество на условиях «мягкой» интеграции – без объединения активов;

Анализируя зарубежный опыт создания интеграционных структур, можно сделать вывод, что наиболее гибкими, с точки зрения управления как внешними, так и внутренними стейкхолдерами, и эффективными являются «мягкие» интеграционные структуры [1, с. 38-45]. Поэтому предлагается развивать бриджинг через формирования сетевого сотрудничества и создание сетевых структур. Сетевое взаимодействие учитывает интересы стейкхолдеров и предприятия.

Создание сетевой структуры предусматривает объединение ресурсов сразу нескольких стейкхолдеров для реализации поставленных целей.

Предлагаются следующие направления реализации бриджинга со стейкхолдерами предприятия:

- реализация совместных маркетинговых программ, например, совместные маркетинговые исследования зарубежных рынков, разработка совместной коммуникационной политики;

- внедрение концепции со-конкуренции (coopetition) [2], предполагает разработку совместных программ с конкурентами;

- реализация совместных инновационных проектов;

- развитие маркетинга баз данных стейкхолдеров;

- внедрение системы управления клиентами (CRM-технологии).

Бриджинг позволяет субъекту хозяйствования уменьшить неопределенность за счет более тесного взаимодействия со стейкхолдерами. Субъекты хозяйствования,

которые связаны бриджингом, имеют общие цели, задачи, что выгодно для всех сторон. Бриджинг способствует недопущению негативных воздействий на предприятие, а также совместными усилиями со стейкхолдерами сможет улучшить внешнюю среду, повысит его конкурентоспособность и эффективность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вайлунова, Ю.Г. Сетевые формы интеграции как направление повышения конкурентоспособности текстильной и швейной промышленности / Ю.Г. Вайлунова // Вестник Полоцкого государственного университета Секция Д «Экономические и юридические науки. Экономика и управление № 5» . – С.38-45.
2. Brandenburger, Adam M. Co-opetition: A Revolutionary Mindset that Combines Competition and Cooperation / Adam M. Brandenburger, Barry J. Nalebuff. – Currency Doubleday, 1998. – 288 p.

УДК 330.16

Категория «экономический интерес наемного работника»: фундаментальные положения

П.В. КУЗНЕЦОВ, Н.В. КУЗНЕЦОВА

(Ивановский государственный политехнический университет,
Ивановский промышленно-экономический колледж)

Категории «экономический интерес» и одна из составляющей последней – «экономический интерес наемного работника» являются фундаментальными составляющими элементами структуры не только современной экономической науки, но и – на практике – структуры управления каждой организацией.

Реализация экономического интереса наемного работника через выделение и удовлетворение его потребностей – ключевой аспект мотивационного механизма.

Изучению обозначенной категории сегодня уделяется недостаточное внимание, хотя в то же время и возможно существование нескольких подходов к исследованию данной проблематики. [1, с.157]

Экономические интересы наемного работника каждого конкретного предприятия (организации) непосредственно связаны с потребностями. Так по существу, формой проявления экономических потребностей являются экономические интересы, связывающие потребности субъектов. Потребности же, в свою очередь, составляют материальную основу экономических интересов, т.к. интерес, в том числе экономический интерес наемного работника рождается в процессе определенных воздействий, направленных на удовлетворение потребностей. [2, с. 203]

Экономические интересы конкретного наемного работника отличаются от аналогичной категории применимо к обществу.

В интеграции с другими составляющими экономической науки и структуры управления организацией, (см. выше) категория «экономический интерес наемного работника» может послужить раскрытию различных актуальных вопросов и проблематик, так, например: развитие трудового потенциала работников организаций различных отраслей, проблемы реновации трудовых ресурсов в организации и проч. [3, 4]