

Работники поколения Z гарантируют будущее компании, но заинтересовать их работой и не допустить быстрого увольнения не так просто. В этом случае необходим ряд предложений по удержанию такого контингента сотрудников, а именно: конкретизация целей, вознаграждение за достижение промежуточных компетенций, премирование на основе индивидуального вклада и т.д. При этом поколение Z — это новые перспективные специалисты на рынке труда, более мобильное поколение, которое в будущем будет больше интересоваться удаленной работой [4]. Необходимо учитывать влияние среды на формирование личности молодежи, помочь им справиться с возникающими проблемами и собственными недостатками, активно участвовать в их жизни, что позволит им продуктивно работать и развиваться на благо страны.

Источники

1. Поколение Z: проблемы, возможности, перспективы на рынке труда [Электронный ресурс] / Е. В. Яшкова [и др.] // КиберЛенинка. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/pokolenie-z-problemy-vozmozhnosti-perspektivy-na-rynke-truda>. — Дата доступа: 15.03.2024.

2. Что такое поколение Z: особенности и характер «цифровых» детей [Электронный ресурс] // Lenta.ru. — Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2023/11/29/chto-takoe-pokolenie-z>. — Дата доступа: 17.03.2024.

3. Gen Z in Business World: Change, Influence and Beyond [Electronic resource] // LinkedIn. — Mode of access: <https://www.linkedin.com/pulse/gen-z-business-world-change-influence-beyond>. — Date of access: 14.03.2024.

4. Дудко, Е. Н. Специфика обучения студентов поколения Z / Е. Н. Дудко / Экономический потенциал студенчества в региональной экономике : материалы междунар. науч.-практ. конф., Ярославль, 1–30 нояб. 2021 г. : в 2 ч. / Ярослав. гос. пед. ун-т им. К. Д. Ушинского ; под науч. ред. Л. Г. Батраковой, Н. Л. Будахиной. — Ярославль, 2022. — Ч. 1. — С. 7–9.

Д. А. Трохимович
Научный руководитель — Т. М. Лукьянюк
БГЭУ (Минск)

ТРАНСФОРМАЦИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Цифровая экономика представляет собой систему экономических, социальных и культурных отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) [1]. Именно ИКТ позволяют оптимизировать издержки, создавать новые продукты и услуги, повышать качество жизни и т.д.

Наиболее подвержена цифровой трансформации сфера услуг: банковский и финансовый сектора, телекоммуникации, страхование, электронная коммерция (e-commerce), рекламные услуги, медиа-бизнес, консалтинг и др.

Трансформация для отраслей сферы услуг — это постоянное совершенствование, которое заключается в поиске дополнительных ниш и возможностей коммерциализации за счет использования новых подходов и технологий в разработке и предоставлении услуг. Большие преобразования сегодня происходят и в некоммерческой сфере: меняется модель оказания государственных услуг, набирает популярность онлайн-обучение, совершенствуются системы жилищно-коммунального хозяйства [2].

Сфера услуг в условиях цифровой экономики претерпевает значительную трансформацию, которая заключается в следующем:

1. Появляются новые виды услуг, которые основаны на цифровых технологиях. Речь идет об ИКТ-услугах, или цифровых (электронных) услугах.

2. Коренным образом меняются традиционные виды услуг, а именно:

- появляется возможность получения доступа к услуге независимо от местонахождения потребителя и времени заказа;

- происходит персонализация услуги;

- происходит стандартизация услуги;

- появляется возможность масштабировать услугу.

3. Увеличивается доля услуг в объемах продаж организаций, относящихся к традиционным отраслям промышленности.

4. Появляются новые формы и стороны взаимоотношений поставщика и потребителя услуги, где любой экономический агент может стать как поставщиком, так и потребителем услуг, в том числе в формах C2C, M2C, M2M, G2C, B2G, G2B.

Цифровизация сферы услуг активно развивается во всем мире, не является исключением и Республика Беларусь. Государственные организации создают онлайн-сервисы для предоставления государственных услуг. Например, единый портал электронных услуг (platform.gov.by) и портал «Электронное правительство» позволяют получить различные государственные услуги онлайн [3]. Происходит активное внедрение цифровых технологий в сфере финансовых услуг. Создаются онлайн торговые площадки и сервисы для заказа услуг, например сервисы доставки «Delivery Club» и «Яндекс.Еда».

В целом цифровая трансформация сферы услуг направлена на улучшение качества и удобства предоставления услуг, а также на повышение эффективности и конкурентоспособности бизнеса. В то же время она требует от компаний изменения бизнес-моделей и процессов, а также инвестирования в технологии и обучение персонала. Таким образом, цифровая экономика открывает новые возможности для развития бизнеса в сфере услуг.

Источники

1. Цифровые дивиденды [Электронный ресурс] // Всемирный банк. — Режим доступа: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210671RuSum.pdf?sequence=16>. — Дата доступа: 11.03.2024.

2. Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] // Министерство связи и информатизации Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.mpt.gov.by/ru/gosudarstvennaya-programma-cifrovoe-razvitie-belarusi-na-2021-2025-gody>. — Дата доступа: 11.03.2024.

3. Электронное правительство [Электронный ресурс] // НЦЭУ. — Режим доступа: <https://nces.by/e-government/>. — Дата доступа: 11.03.2024.

В. А. Буховецкая

*Научный руководитель — С. В. Савенко
БГЭУ (Минск)*

ВЛИЯНИЕ «КОРЕЙСКОЙ ВОЛНЫ» НА ЭКОНОМИКУ ЮЖНОЙ КОРЕИ

В последние десятилетия Южная Корея привлекла мировое внимание благодаря своему уникальному культурному феномену, известному как «корейская волна», или Hallyu. Данный термин описывает значительно возросшую глобальную популярность южнокорейской массовой культуры и индустрии развлечений, охватывающих все: от К-рор музыки, фильмов, телевизионных шоу и К-драмы до онлайн-игр, корейской кухни и косметики.

Так как этот феномен проявляется в постоянном росте экспорта достижений культуры Южной Кореи в западный мир, это не могло не отразиться на корейской экономике. Так, по данным доклада Корейского института экономических исследований, в 2017–2021 гг. «корейская волна» принесла около 27,8 млрд долл. в экономику страны. А в 2022 г. экспорт корейского культурного контента достиг 13,24 млрд долл. [1].

Положительное влияние Hallyu на экономику Южной Кореи особенно заметно через успех К-рор, который является главным источником дохода для музыкальной индустрии (продажа альбомов, доход от цифровых загрузок, стриминговых платформ, концертов и туров). В общей сложности индустрия К-Рор ежегодно приносит стране около 10 млрд долл., причем группа BTS вносит в эту сумму около 5 млрд долл. Некоторые называют это явление эффектом BTS, подчеркивая важность того, что в период с 2014 по 2023 г. группа внесла в экономику Южной Кореи около 29,1 млрд долл.

«Корейская волна» также внесла значительный вклад в создание новых рабочих мест и развитие промышленности. За последние пять лет общее количество рабочих мест, созданных за счет роста экспорта продукции Hallyu, составило 160 тыс. [1]. Примером влияния музыкального жанра К-рор на создание новых рабочих мест является сингл группы BTS «Dynamite», принесший доход в 1,43 млрд долл., который был использован для создания около 8000 рабочих мест во время пандемии COVID-19.

Кроме того, К-драмы и К-рор являются мощными факторами роста туризма, известного как «туризм Hallyu». Если в 1998 г. в стране было всего 300 000