

MANAGEMENT PHILOSOPHY OF A BELARUSIAN COMPANY

А. Богданович

These days nobody would deny the importance of competent and proper management. There exist a number of management styles which vary, as managers' personality types are different. However, when working out a management strategy the key point to be taken into account by any manager is the type of employees, their qualities and skills as well as the national traits. In my research work I decided to assess the situation in our country and develop and formulate the management philosophy, peculiar for the Belarusian company.

I started with a survey in order to find out what are the typical Belarusian traits. Among a hundred people asked, the most common answers were the following:

- Tolerance
- Friendliness
- Resistance to changes
- Modesty
- Tendency to put things off
- Lack of ambition

On the basis of the survey results as well as the Theory X (by Douglas McGregor), I worked out the management philosophy for a Belarusian Company.

7-Point Management Philosophy For Belarusian Company

1. Set clear goals and outline the results. Employees should understand clearly what they are expected to do. They shouldn't be allowed to prioritize. It's a job of a manager to decide what to do first, second, etc.

2. Delegate clearly. Each employee should know exactly his assignments.

3. Prepare a schedule. Set a deadline two or three days earlier so as to allow some time in case something goes wrong.

4. Introduce daily reports system. A system of small daily reports will help people to stay focused on their work every day.

5. Arrange weekly meetings round the table in order to built team spirit and keep people informed about the current trends in the industry.

6. Introduce pay-by-result system. An employee, who does the amount of work needed, gets a salary. In case he has managed to do some additional tasks, an employee receives a bonus. If a person has failed to do his job, he will be penalized.

7. Create a friendly working environment. Prevent conflicts and ‘groups-of-interests’. People should work as one team and be concentrated on their work rather than personal relationships.

Литература

1. *McGregor, Douglas*. Human side of enterprise/ Douglas McGregor. – New York: McGraw-Hill, 1960.–246p.
2. *Moreland, Denise*. Management Culture: Innovative & Bold Strategies to Engage Employees/Denise Moreland. –Two Harbors Press, 2012. –212p.

LES RESEAUX SOCIAUX: QUEL IMPACT SUR LA POLITIQUE?

В. В. Бонда

De nos jours, Internet prend une part de plus en plus importante dans notre quotidien. Au-delà des pages internet dites « classiques », les réseaux sociaux acquièrent une immense popularité. La classe politique n’échappe pas à cette expansion fulgurante d’Internet.

On peut définir les réseaux sociaux comme des sites qui permettent aux internautes de se créer une page personnelle afin de partager et d’échanger des informations et des photos. La base de la recherche : les réseaux sociaux les plus connus tels que Twitter et Facebook.

Quels sont les enjeux politiques des réseaux sociaux sur Internet ? Alors que beaucoup de candidats à la présidentielle sont tentés de s’y mettre, la question se pose : les réseaux sociaux portent-ils d’une part une vraie efficacité ou sont-ils d’autre part un simple phénomène marketing ?

Lorsque l’homme politique se présente sur le réseau social, il est à la fois individu et représentant. D’un côté, c’est une confirmation des règles du jeu : on y fait une présentation de soi par une série d’images et de “posts”. Mais de l’autre, le contenu affiché peut se rapporter à des questions politiques, ce qui constitue parfois un acte de marketing politique.

Cette idée vient de Barack Obama qui a créé son compte facebook en 2007 pour les élections présidentielles, ce qui lui a permis d’obtenir 52,9 % des voix [2].

Tandis que l’utilisation du Web par le président des Etats-Unis prouve d’être un excellent moyen de prise de parole, l’Europe, et notamment l’Elysée, ne peut pas être en retard. François Hollande, le président français est également présent aujourd’hui sur Twitter et Facebook, ainsi que l’ex-président de la République Nicolas Sarkozy et d’autres hommes politiques français.

De même façon on observe un nombre croissant de députés européens (576 députés enregistrés) qui possèdent un profil sur un ou plusieurs réseaux :