

Финансирование за счет выпуска долговых облигаций - один из методов финансирования. Отношение к долговому финансированию в разных странах разное. Например, в США большая часть заемного капитала – это облигационные займы. Но в других странах облигации не распространены как источник финансирования деятельности предприятия.

Можно утверждать, что рынок ценных бумаг – это один из существенных источников финансирования предприятия. Это объясняется увеличением роли процессов секьюритизации в настоящее время. Рассмотрим это на примере ОАО «Минский завод игристых вин»: из бухгалтерского баланса предприятия на 1 января 2018 года можно увидеть, что доля собственного капитала, который формируют акционеры, составляет 68% от общей суммы собственного капитала и обязательств предприятия, что свидетельствует о высоком значимости эмиссии акций на данном предприятии [1].

Рынок ценных бумаг выполняет следующие функции как инструмент финансирования хозяйственной деятельности предприятия [2]: сбережения вкладчиков превращаются в инвестиции, которые в дальнейшем используются для финансирования или расширения; может осуществляться «переброс» капитала из менее развитых отраслей в высокотехнологичные с тем, чтобы сформировать необходимую структуру производства; может осуществляться перераспределение долей между акционерами. В большинстве случаев с помощью операций на рынке ценных происходит финансирование основных средств, при этом стоит помнить, что при выпуске акций предприятие привлекает собственные средства, а при эмиссии облигаций - заёмные.

Заключение. С помощью операций на рынке ценных бумаг можно финансировать хозяйственную деятельность предприятий. Несмотря на многие проблемы, с которыми столкнулся в настоящее время белорусский фондовый рынок, следует отметить, что это молодой, динамичный и перспективный. Формирование и регулирование развития фондового рынка является одной из первоочередных задач, стоящих перед правительством.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бухгалтерский баланс ОАО «Минский завод игристых вин» [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: www.portal.gov.by - Дата доступа: 10.03.2019 г.
2. Роль рынка ценных бумаг в финансировании деятельности предприятия [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: www.poisk-ru.ru – Дата доступа: 15.03.2019 г.
3. Боровиков В.И. Рынок ценных бумаг в механизме инвестиционного процесса // Финансы. - 2008.- №2.- с.45-56.

УДК 334.722

ИССЛЕДОВАНИЕ МОЛОДЁЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*А.А. Чешун, студентка группы 10507117 ФММП БНТУ,
научный руководитель - канд. экон. наук, доцент И.В. Устинович*

Резюме – Статья содержит анализ предпринимательского потенциала белорусской молодёжи по результатам исследования GUESSS, механизмы помощи и поддержки молодёжного бизнеса.

Resume – The article contains the analysis of enterprise potential of the Belarusian youth by results of the research GUESSS, mechanisms of the help and support of youth business.

Введение. Ключевой тренд эффективной экономики любого государства – развитие молодёжного предпринимательства. Молодёжь – это та часть населения, которая не боится рисковать и брать на себя ответственность в сложных ситуациях, быстрее остальных приспосабливается к постоянным изменениям [3]. Для части молодежи именно предпринимательство даёт возможность проявить себя и свои способности, действовать самостоятельно. Многие студенты отмечают, что именно предпринимательство является средством достижения высокого уровня жизни. С другой стороны молодые инициативные предприниматели способствуют развитию экономического роста, динамики и масштабов инвестиций, нововведений государства.

Основная часть. По данным министерства экономики, малый и средний бизнес в Республике Беларусь по состоянию на 2017 год – это 109 971 юридических лиц, 238 138 ИП, 34,4 % инвестиций в основной капитал, 32,3 % налоговых поступлений, 47,2 % в экспорте товаров [4]. Эти данные свидетельствуют о значительном вкладе малого и среднего бизнеса в экономику страны. Следовательно, бизнес молодёжи играет огромную роль в экономике нашей страны. Необходимо проверить потенциал молодёжи нашей страны и готовность заниматься предпринимательством. Исследованием предпринимательского духа занимается много организаций, одна из них - международная организация GUESSS. GUESSS исследует международное молодёжное предпринимательство с 2003 года. Деятельность GUESSS направлена на изучение взглядов студентов на предпринимательскую деятельность, их будущих планов и намерений. Первые исследования GUESSS проводились в Беларуси в 2016 году. В исследовании участвовало более

15 вузов, было получено 1312 анкет, после анализа полноты ответов к участию были допущены 716 [2]. Результаты исследования предпринимательского потенциала молодёжи в РБ за 2016 г.:

В период учёбы в вузе в бизнесе себя пробуют 22,9 % студентов (16,4% девушек, 41% парней). В целом Беларусь занимает 22 место в мире по показателю начала предпринимательства и находится между Македонией и Уругваем, ниже России (19 место) и Украины (20). На момент исследования 7% студентов (4,4% девушек и 14,4% юношей) «плотно» работали над собственным делом или являлись самозанятыми (среднемировой показатель – 8,8%). После окончания вуза желание заниматься предпринимательской деятельностью увеличивается. Так 75% бывших студентов медицинских вузов намерены создать бизнес. Среди экономистов, управленцев, юристов будущих бизнесменов становится 60%, по другим направлениям обучения – 59,2%, по специальностям в области гуманитарных наук и культуры – 52,6% [1]. Значительную роль в развитии предпринимательского потенциала и стимулировании намерений студентов создать свой бизнес играют вузы. Студенты считают, что в целом учебная среда ориентирована на бизнес на 4 бала из 7. Занятия помогают налаживать взаимодействие с людьми, находить полезные знакомства, предлагают идеи бизнеса [3].

Кроме того существуют несколько механизмов помощи молодым проектам (стартапам) стать сильнее и реализовать идеи и проекты — акселераторы, инкубаторы или технопарки. От правильного выбора этой помощи зависит успех стартапа и его основателя. Поддержку также можно найти и на краудфандинговых платформах. Описание форм поддержки представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Формы помощи молодым проектам

Что?	Акселераторы	Инкубаторы	Технопарки	Краудфандинг
Что это такое?	Программа интенсивного развития компаний через менторство, обучение, финансовую и экспертную поддержку в обмен на долю капитала компании.	Организация, созданная для поддержки предпринимателей на ранней стадии их деятельности. Она предоставляет им помещение в аренду на льготных условиях, а также оказывает консультационные, бухгалтерские и юридические услуги.	Научно-технический комплекс предприятий, созданный для формирования благоприятной среды развития инновационных компаний (резидентов)	Коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы через интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций.
Кому?	Уже созданному проекту с командой, которому не хватает опыта и инвестиций.	Начинающему стартаперу	Научно-техническим разработкам в промышленности	Проектам с целью извлечения прибыли, а также благотворительным и социальным проектам.
Что существует в РБ?	Insight TDI, LaunchME Media Accelerator (LMA), Geek Suits Минск Беларусь startup Belarus.	Бизнес-инкубатор Парка высоких технологий, ОАО «Опытно-механический завод», ОАО «НПО Центр», ЗАО «Эльсан» и др.	РУИП «Научно-технологический парк БНТУ «Политехник», ГП «Минский областной технопарк», ООО «Минский городской технопарк» и др.	Ulej.by, Kickstarter c, Talaka.by, Maesens.by, Investo.by.

Источник: разработка автора на основе [5].

Также существует множество механизмов поддержки, которые помогают стартапам при разных обстоятельствах. Социальный или наукоемкий проект на ранней стадии может прибегнуть к целевым грантам или государственным субсидиям. Если стартап не нуждается в акселерации или инкубации, то основатель проекта может обратиться напрямую к венчурному инвестору (бизнес-ангелу), который даст деньги. Однако важно искать такого человека, который в первую очередь поможет проекту качественно вырасти.

Заключение. По результатам исследования GUESSS видно, что предпринимательский потенциал у студентов РБ значительно ниже мирового. И если направить усилия на его развитие в РБ, увеличится доля МСП, и улучшится экономика в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Глобальные исследования предпринимательского потенциала студентов, GUESSS-2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://guesssurvey.org>. - Дата доступа: 25.03.2019.
2. Экономическая газета [Электронный ресурс]/Создать собственный бизнес в студенческие годы - Режим доступа: <https://neg.by>. - Дата доступа: 25.03.2019.
3. Электронный научный журнал «Современные проблемы науки и образования» [Электронный ресурс] / Черницов А.Е., Светалкина М.В. Управление процессом формирования предпринимательских компетенций студентов в региональном вузе - Режим доступа: <https://science-education.ru>. - Дата доступа: 25.03.2019.
4. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]/Информационно-аналитические материалы о развитии малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь - Режим доступа: <http://www.economy.gov.by>. - Дата доступа: 25.03.2019.
5. Хайтек [Электронный ресурс]/Акселераторы и инкубаторы: что выбрать стартапу на раннем этапе развития - Режим доступа: <https://hightech.fm>. - Дата доступа: 25.03.2019.

УДК 65.012.46

АНАЛИЗ НЕОБХОДИМЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ УСПЕШНОГО РУКОВОДИТЕЛЯ ДЛЯ РАБОТНИКОВ ПОКОЛЕНИЯ Z

*А.С. Шаркова, студентка гр. 10503516 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – Эксперты говорят об актуальности разделения поколений на определенные категории. Существует всемирно признанная классификация поколений. Различают X, Y и Z поколения. Люди из данной категории отличаются своими особенностями и поведением на работе. В данной работе описываются все плюсы и минусы поколений, а также даются советы работы с поколением Z.

Resume – Experts talk about the relevance of the division of generations into certain categories. There is an internationally recognized classification of generations. There are X, Y and Z generations. People from this category differ in their features and behavior at work. This paper describes all the pros and cons of generations, and also gives advice on working with the Z generation.

Введение. Современные тенденции и запросы населения диктуют свои правила. Современные амбиции молодых людей слишком высоки. Молодые люди хотят сразу много денег и не хотят нести ответственность за свою работу. Социологи выделяют такие поколения как X, Y и Z-это наиболее актуальная классификация, представителей которых можно встретить в повседневной жизни. Чем же отличаются данные поколения между собой? Поколения X-люди, которые твердо убеждены, что колоссальный труд поможет продвинуться в карьере. Они привыкли начинать самых низов и постепенно идти по карьерной лестнице. Характеризуются целеустремленностью и ответственностью. Для них главное уверенность в завтрашнем дне, поэтому они не очень любят смену работы и могут проработать в одной компании всю жизнь. Поколение Y отличается материальными ценностями. Для этого поколения свойственно желания получать материальные блага и вознаграждения. Им сложно работать за «идею», таким людям необходимо видеть результат. Однако данное поколение может выполнять огромный объем работы за короткие сроки, что несомненно очень необходимый навык. У поколения Z отсутствуют авторитеты в лице руководителей и установки подчинятся по умолчанию. Данное поколение рождено в эпоху интернета, социальных сетей и период расцвета сырьевой экономики. Они практичны, зачастую отказываются от привычных способов образования, но ценят самообразование. Им важно их личная свобода и личное время. Указанные выше социально-психологические особенности поколения Z обусловили тот факт, что руководители (работодатели) для этих работников, чтобы быть успешными и достигать поставленных перед организацией целей, должны обладать определенным набором черт характера, поведенческими установками и методами управления, помогающими максимально эффективно использовать положительные стороны поколения Z в решении рабочих задач организации, а также знать и блокировать негативные черты характера поколения Z, которые могут помешать в выполнении заданий и достижении целей организации.

Необходимо отметить, что успешный руководитель, думающий о процветании своего бизнеса на далекую перспективу, будет учитывать особенности работников поколения Z, чтобы грамотно и правильно мотивировать их труд во благо компании. При этом успешный руководитель всегда думает о необходимости обеспечить высокий уровень удовлетворенности своих сотрудников работой в организации, что может быть достигнуто только когда он четко понимает, что именно движет действиями его сотрудников. Все вышесказанное и предопределило актуальность темы исследования.

Основная часть. Крупные компании со своей устоявшейся корпоративной культурой вынуждены, становится гибче, внедрять различные методики. Сейчас востребованы неординарные, яркие и целеустремленные личности. Вся система менеджмента терпит изменения. Руководители своим примером,