

более важно понимать, тот факт, что внедрение японской системы менеджмента, может в корне не соответствовать нашей культуре.

Однако, все не так однозначно, ведь не для кого не секрет, что Беларусь находится сразу между двумя цивилизациями, именно поэтому в идеальной варианте правильно было бы принимать определенные черты менеджмента разных стран. Речь идет о тех чертах, которые могут быть максимально эффективны в наших реалиях, не разрушая то что, уже создано. Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, экономическая среда нашей страны, в которой функционируют белорусские предприятия, вполне может заимствовать некоторые японские методы управления, но лишь при условии, что мы будем их правильно использовать, комбинируя с классической западной системой менеджмента.

Заключение. Японский процесс сосредоточен в первую очередь на понимании проблемы. Конечный результат – это всегда действия и реакция людей. Этот факт практически гарантирует, рассмотрение любых альтернативных вариантов. Это заставляет руководство обращать внимание на самые важные моменты и проблемы первой величины. Такой процесс принятия решений не допускает принятия обязательств до тех пор, пока руководство не решит, в чем заключается суть этого решения. Японские менеджеры, как и любые другие менеджеры Запада, конечно, могут найти неправильный ответ на проблему, но их главное отличие заключается в том, что они редко находят правильный ответ на неправильную проблему.

ЛИТЕРАТУРА

1. Философия японского управления. [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://masters.donntu.org/2004/mech/sevastyanova/library/lib6.htm>. - Дата доступа: 14.03.2020.
2. Управление по-японски за пределами Японии. Мировая экономика и международные отношения. [Электронный документ]. - Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/xuueEmplofw.html> - Дата доступа: 14.03.2020.
3. История управления трудом в Японии . [Электронный документ]. - Режим доступа: [Электронный документ]. - Режим доступа: <https://economics.studio/ekonomika-predpriyatij/sreda-funktsionirovaniya-predpriyatya-38975.html>. - Дата доступа: 14.03.2020.

УДК 338

МОЛОДЕЖНАЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ: СПОСОБЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ ФИНАНСОВОГО БАРЬЕРА

*Я.В. Неелова, Д.А. Сахончик, студенты группы 10503317, ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – В нашей статье идет речь о способах получения финансирования бизнес-идей учащихся общеобразовательных, средне-специальных и высших учебных заведениях, например конкурсные мероприятия с денежным призом в университетах Минска, республиканский конкурс социальных проектов, иностранный стартап мероприятие, известные краундфиндинговые проекты Беларуси.

Summary – In our article we're talking ways to get funding for business ideas of students in General education , secondary special education and higher education universities, such as competitive events with a cash prize at universities in Minsk, the Republican competition for social projects , a foreign startup event, and well-known crowdfunding projects in Belarus.

Введение. На сегодняшнее время имеется большое количество молодых людей, которые хотят открыть свое дело, но сталкиваются со значительной проблемой называемая финансы. Имея идею, креативное мышление, хорошую базу знаний, полученную в результате образовательной деятельности учебных заведений, готовность пойти на риск, желание материализовать свои задумки, молодым людям не хватает только одного – денежных средств. Это могло бы остановить их решимость в открытии собственного бизнеса в начале 2000 - 2010-х, но не сейчас. В структуре средне-специальных и высших учебных заведений молодых предпринимателей существуют различные стартап мероприятия, конкурсы, фестивали по экономике и предпринимательству, чемпионаты с денежным вознаграждением.

Основная часть. Самый распространенный способ получить финансирование, совет от профессионалов, помощь в продвижении идеи – конкурс студенческих стартапов. Чуть ли не каждый университет Беларуси проводит подобные состязания. Так например, в 2017-2018 научно-технологический парк «Политехник» провел шесть конкурсов стартап-проектов БНТУ, где было представлено более 50 бизнес-идей. В прошлом году университет впервые выделил гранты победителям и предоставил офис в здании технопарка[1]. На протяжении 6 лет проводится республиканский конкурс социальных проектов Social Weekend. За все годы в стартапы было инвестировано около \$400 тыс. в эквиваленте. В 2019 двое студента БГУ создали всебелорусский конкурс стартапов для старшеклассников, студентов и молодых людей до 30 лет «Startup Heart». Были предоставлены такие призы как обучение в IT-академии на 600 рублей, денежные призы от 8 инвесторов для старта, сертификат на разработку айдентики для проекта, который стоит более 10000 белорусских рублей. Еще один крупный конкурс для будущих бизнесменов – швейцарский стартап-хаб «SeedstarsWorld». Победителя конкурса могут

проинвестировать на 500 тысяч долларов. Развитию и финансовой поддержки молодежных бизнес-идей способствует краудфандинговые платформы Беларуси. Краудфандинг – способ финансирования проектов, когда потенциальные покупатели, поклонники или единомышленники напрямую через интернет переводят деньги авторам идеи. Самые популярные мировые площадки для краудфандинга - Kickstarter и Indiegogo. В Беларуси оно стало развиваться с 2011 года. Термин «краудфандинг» в переводе с английского языка означает «народное финансирование» («crowd» – толпа, «funding» – финансирование) [2].

Успешные белорусские краудфандинговые проекты – «Улей» и «Talaka.org». Эти две организации собирают внушительные денежные суммы на образовательные, культурные, социальные и благотворительные цели. Посетив ulej.by, можно увидеть такие проекты как белорусская арахисовая паста, настольная игра «Монополия Барановичи», мобильная фотостудия «ФотоБусик». Создание проекта является бесплатным и возможно отправить несколько проектов в любом формате и области, например, собрать средства для съемки фильма или музыкального видеоролика, организации фестиваля, строительства детской площадки. Основные условия для отправки бизнес-идеи – это четко сформулированная цель, установленные временные рамки финансирования и необходимая денежная сумма. Также будет не лишним разместить изображение, прототип или эскиз своего продукта, прикрепить часть или весь готовый бизнес-план.

Данная площадка гарантирует создателю сохранение его авторских прав на идею проекта. В избежании рисков, когда проект не набирает указанную сумму или не реализуются идеи, спонсоры теряют деньги, Улей разработали принцип «Все или ничего». Этот принцип означает, что авторы отправленных проектов получать деньги только тогда, когда соберётся заявленная сумма в указанный срок, иначе проект получить статус «завершенный» и инвесторам будут возвращены их средства. В «Талакоше» тоже встретишь интересные, с «изюминкой» задумки, например, приложение для поиска компании для любого вида развлечения, множество социальных, культурных и благотворительных проектов, как группа поддержки отцов «50 привычек отца», культурный центр для людей пенсионного возраста «Университет золотого века».

Заключение. Республика Беларусь создает всевозможные условия для создания, развития и продвижения бизнеса молодых предпринимателей. Учащиеся средних классов могут принять участие в республиканских стартап конкурсах, конкурсах, организованные университетами. Студенты в рамках своих учебных заведений предоставляют бизнес-идеи на конкурсных стартап мероприятиях, где их оценивают эксперты, представители белорусских инновационных предприятий, потенциальные инвесторы. Третий способ подходящий всем – краудфандинг. Главное – грамотно сформулировать идею и в доступной форме донести до спонсоров.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сергей Харитончик: как в БНТУ готовят инженеров будущего – Режим доступа – [<https://times.bntu.by/allevnts/5930-sergey-haritonchik>] - Дата доступа: 09.03.2020.
2. Никишин И.В. Медиапроект: понятие, типы, жизненный цикл // Молодой ученый. – 2019. – С.478-481 [Электронный документ]. – Режим доступа – [<https://moluch.ru/archive/262/60705/>] - Дата доступа: 09.03.2020

УДК 332.012

ВЛИЯНИЯ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИИ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

*Я.В. Неелова, Д.А. Сахончик, студенты группы 10503317, ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме: в статье идёт речь о роли важности анализа внешней среды предприятия в стратегическом менеджменте, какие ключевые моменты рассматриваются в процессе анализа внешней среды, как влияет внешняя среда на будущее существование организации и как можно с помощью их управлять фирмой.

Symmary - Our article discusses the role of the importance of analyzing the external environment of an enterprise in strategic management, what key points are considered in the process of this, how it affects the future existence of an organization, and how you can manage a company with their help.

Введение. Стратегический менеджмент, в первую очередь, представляет собой непрерывный анализ прогнозируемых факторов, потребностей, возможностей, угроз внешних факторов, «взлётов» и «падений». Характерной чертой стратегического менеджмента является основная мысль, что покупатель не нуждается в каком-либо товаре, у него просто есть разнообразные потребности в разных сферах жизни, которые может удовлетворить более или менее подходящий товар. Способы решения постоянно изменяются. Как уже известно, стратегический менеджмент, представляет собой постоянный анализ факторов внутренней и внешней среды, воздействующих на организацию.

Основная часть. К внешним относят все факторы, которые имеют место существовать в окружающей среде, в независимости от действий фирмы, однако способные повлиять на её функционирование. Пример внешних факторов: политические, демографические, природные, факторы научно-технического прогресса, состояние экономики, социальные, международные и множество других[2]. Среда внешних факторов