

ПРОБЛЕМЫ СТАРТАПОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.О. Тихон, студентка группы 10503120 ФММП БНТУ,
научный руководитель — старший преподаватель **С.В. Шевченко**

Резюме – в настоящее время большинство стран старается сформировать условия для развития стартапов. Что касается Республики Беларусь, то основные проблемы, с которыми сталкиваются стартапы, описаны в статье.

Resume – nowadays almost all countries try to create conditions for startup development. So, what about Belarus, the main problems that startups face with described in this article.

Введение. Термин «стартап» в русском языке введен относительно недавно. В переводе с английского языка «start-up» означает «запускать». Также этот термин трактуется как: «компания, созданная для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели» [1]. Простыми словами можно сказать, что стартап — это компания, которая имеет короткую историю деятельности с достаточно быстрым развитием, имея при этом потенциальную возможность развития до многомиллиардной компании. Стартапы очень важны для общего развития экономики страны. Стартапы формируют новые продукты, услуги, способствуют развитию новых рынков. Если стартапы успешны, то чаще всего приносят большие прибыли.

Основная часть. Большинство стартап-компаний в Беларуси существуют менее 3-х лет, однако сам «стартап» на территорию Беларуси пришел менее 6-ти лет назад. Если сравнивать данные 2018 и 2020 годов, то можно смело говорить, что белорусская стартап-экосистема процветает. По данным на 2018 год, большинство стартап компаний, а точнее 47,1%, имели возраст менее 1 года. Возраст от 1 до 3 лет имело 41,8% компаний. Остальные 11,1% были старше 3-х лет. По данным же на 2020 год ситуация изменилась. Возраст от 1 до 3 лет имело 42,3%, менее 1 года – 31,7%, а оставшиеся 26% стартапов в возрасте более 3-х лет (рисунок 1) [2, 3]. Это означает, что большая часть стартап-компаний преодолела барьеры, которые оказывались на пути их развития, и смогла выйти на устойчивые позиции.

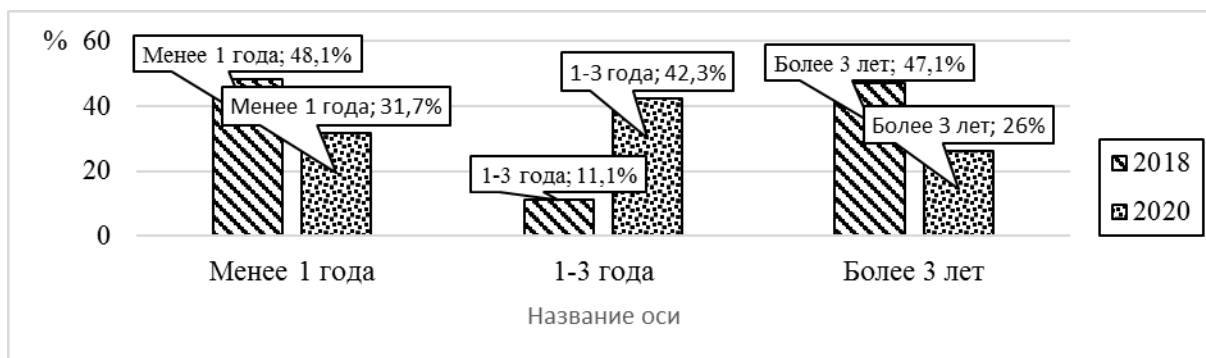


Рисунок 1 — Возраст стартап-компаний в сравнении по данным 2018 и 2020 годов
 Источник: разработка автора на основе [2] и [3]

Однако несмотря на то, что возраст стартапов имеет положительную динамику, существуют проблемы, которые препятствуют появлению новых стартапов на рынке. Сложности появляются при поиске менторов и консультантов, которые могут помочь с реализацией идей; в привлечении талантливой команды, без которой продвижение стартапа будет затруднено; в построении продукта и предложения, в продажах и привлечении клиентов, без которых увидеть прибыль будет невозможно. А самой главной проблемой стартапа является поиск финансирования. По данным на 2018 год ситуация была критической: 83,5% стартапов использовали личные средства для финансирования компании, но по данным на 2020 год уже 39,4% финансируют свою компанию самостоятельно. Ситуация улучшилась, однако проблема финансирования осталась открытой. Среди источников финансирования редко можно увидеть гранты и государственное финансирование. В основном стартапы Беларуси привлекают ангельские вложения и инвестиции венчурных фондов. От иностранных инвесторов в 2020 году было получено 33,3% инвестиций, где большая часть от бизнес-ангелов.

Проблема финансирования отпугивает людей, желающих стать стартаперами, ведь не особо хочется вкладываться в бизнес, понимая, что прибыль с большей вероятностью не придет.

Заключение. Сегодня многие считают, что стартап-экосистема в Беларуси ухудшилась. Это связано с политическим кризисом и кризисом, вызванным пандемией COVID-19. В Беларуси отсутствует благоприятный инвестиционный климат. Для повышения конкурентоспособности стартапов в Республике Беларусь следует обеспечить возможность доступа к финансированию и снять вопрос обеспечения долгов. Также стабилизировать политическую ситуацию в стране. В противном случае инновационные стартапы будут покидать страну, и Беларусь упустит возможности для инновационного развития экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Что такое стартап [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://itkeys.org/what-are-startups/>. – Дата доступа: 25.04.2021.

2. Стартапы Беларуси. Отчет по итогам исследования в рамках проекта Aid-Venture [Электронный документ]. – Режим доступа: https://bel.biz/wp-content/uploads/2018/11/STARTUPS_OF_BELARUS_WEB.pdf. – Дата доступа: 20.04.2021.

3. Стартапы Беларуси 2020 [Электронный документ]. – Режим доступа: https://bel.biz/wp-content/uploads/2020/12/2020_StartupReport.pdf. – Дата доступа: 25.04.2021.

УДК 331.108

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ

*К.А. Тишкевич, студент группы 10502119 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Л.И. Дулевич*

Резюме – в статье рассматривается мотивация персонала и ее применение на предприятии, а также проблемы мотивации персонала.

Resume – the article discusses the motivation of personnel and its application in the enterprise, as well as the problems of personnel motivation.

Введение. В настоящее время многие крупные предприятия проводят ряд мероприятий по мотивации персонала. Мотивация персонала служит важнейшим способом повышения производительности труда и является ключевым направлением кадровой политики предприятия [1].

Основная часть. Мотивация персонала – это система методов, с помощью которых компания проводит разные мероприятия для эффективной работы сотрудников. Грамотные руководители стараются разработать действенную систему мотивации, что дает возможность быстрее достичь стратегических целей компании, а работникам – получить вознаграждение или бонусы за свой труд.

На практике доказано, что внимательный подход к сотрудникам, поощрение и похвала – залог успешного бизнеса. Если руководитель хочет грамотно стимулировать свой персонал, то он должен знать основные методы мотивации. Правило гласит, что в похвале нуждается каждый работник, без исключения [1]. В качестве примера для анализа труда в статье изучены две компании – Google и Яндекс. Эти компании относятся к IT-сектору и к отрасли высоких технологий. Сотрудники, которые работают в этих компаниях, высококвалифицированные и профессионалы своего дела. Сравнивая оплату труда изучаемых компаний, можно сделать вывод, что доходы сотрудников Google и Яндекс находятся примерно на одном уровне. Рассмотрим компанию Google и ее систему материального поощрения своих сотрудников.

1) Компания Google может оплатить часть расходов на обучения своего сотрудника, но при условии, что он проходит обучение успешно.

2) Если сотрудник привел в компанию нового человека, то сотруднику выплачивают денежное вознаграждение.