

навыков. Сотрудникам рекомендуется развивать инновационные навыки, поскольку им разрешено работать в разных подразделениях организации.

Apple использует уникальный подход к распределению ролей между различными командами. В этом случае несколько групп назначаются для выполнения конкретной задачи. После выполнения задачи им назначается совершенно другая роль. Команды должны делать что-то новое всегда. Это причина, почему Apple превратилась в одну из инновационных компаний в мире. Команды всегда соревнуются, чтобы предложить что-то новое, полностью отличающееся от предыдущих проектов. После выполнения заданий работа каждой команды рассматривается, и выбирается лучшее.

Белорусским ИТ-компаниям необходимо использовать в полной мере человеческие ресурсы, отбирать более квалифицированных специалистов, использовать систему поощрения и создавать необходимую для всех мотивационную программу. Большинство предприятий в этой сфере уже предоставляют скидки на производимую продукцию для своих сотрудников. Целесообразным будет разрешение перехода с одного производственного отдела в другой, так как это поможет в улучшении профессиональных качеств в каждой сфере деятельности работника.

Заключение. Очевидно, что Apple обладает лучшими талантами, которые позволили ей стать лучшей компанией в области предоставления ИТ- технологий. Что касается Республики Беларусь, необходима координация деятельности всех структур организации в области единой кадровой политики. Комплексный анализ всех трудовых показателей позволит оценить экономическую эффективность труда на уровне предприятия, а также эффективность способов и методов работы с персоналом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Система управления компании Apple [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: http://www.efko.ru/kadry/international_corporate_culture/10514/ – Дата доступа: 04.03.2020.

2. Философия управления персоналом в компании Apple INC [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: https://studbooks.net/1518495/menedzhment/filosofiya_upravleniya_personalom_kompanii_apple – Дата доступа: 04.03.2020.

УДК 339

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ КУЛЬТУРА: СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ

*А.С. Денисюк, Е.Р. Михалкина, студенты группы 10503117 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – В данной статье рассматривается предпринимательская культура, а именно её сущность и содержание.

Summary – This article discusses entrepreneurial culture, namely its essence and content.

Введение. Свобода, расширение прав и возможностей и творческий подход являются краеугольными камнями крепкой предпринимательской культуры. Предпринимательские работники постоянно думают за пределами стандартных ожиданий, чтобы найти новые способы повышения качества обслуживания клиентов. Со временем этот образ мышления может укорениться в корпоративной культуре, основанной на убеждении, что сотрудники не должны бояться делиться новыми идеями, которые могут принести пользу клиенту.

Ключевые исполнители предпринимательского мышления - это работники, которые работают в тесном контакте с жителями каждый день. Предпринимательская культура поощряет творческий подход, отзывчивость и совместное владение всеми членами команды - в результате, когда сотрудники видят способ лучше обслуживать клиентов, им предлагается найти это потенциальное решение для руководства [1].

«Наличие предпринимательской культуры также помогает нам расширить сферу охвата, чтобы охватить служение не только старейшинам, но и их расширенным семьям и друзьям, районам, в которых они живут, и сообществам, которые предоставляют свои расширенные экосистемы», - говорит Дениз Рабиду, президент и исполнительный директор Evangelical. Дома Мичигана в Фармингтоне, Мичиган.

Предпринимательская команда стремится к совершенству, постоянно внедряя инновации, чтобы сделать все, от программ и услуг до окружающей среды и удобств, наилучшим для клиентов - как отдельных лиц, так и групп.

Преимущества предпринимательской культуры могут быть трансформационными, демонстрируя значительный рост удовлетворенности клиентов, продуктивности сотрудников и снижения текучести кадров. Персонал, наделенный полномочиями, является довольным персоналом - он лучше относится к себе, к тому, что делает, и к тому положительному влиянию, которое они оказывают на клиентов. В результате они имеют больше прав собственности на свои проекты, команды и сообщества.

Может быть трудно заставить сотрудников принять изменения как часть их повседневной рутины. Сотрудники могут первоначально сопротивляться, потому что они боятся отклонения их идей и / или наказания, если

идея будет предложена, а затем в конечном итоге потерпит неудачу. Поэтому первостепенное значение имеет установление доверия и расширение прав и возможностей.

Доверие между передовыми сотрудниками и их менеджерами также имеет решающее значение для достижения величайших инноваций. Сотрудники не ожидают, что их организация осуществит каждую идею, но они хотят знать, почему их идеи были или не были приняты. Открытое, честное обсуждение - это ключ к сохранению приверженности творчеству после того, как идеи отвергнуты.

Чтобы иметь значимую предпринимательскую культуру, организации должны быть готовы действовать на основе идей, которые обещают. Это требует затрат времени и ресурсов. Создание стратегии, которая уравнивает краткосрочную потребность в быстрых победах с более долгосрочными, более дорогостоящими про-рывными инновациями, может быть сложной задачей.

Переход от традиционной, ориентированной на соблюдение культуры к предпринимательской культуре, как правило, требует изменения типа наемных работников. Это может создать стресс, поскольку увольняются сотрудники, которые сопротивляются предпринимательскому подходу, а новые сотрудники нанимаются.

Предпринимательство в Беларуси по официальной статистике, занимает самую низкую ступень даже среди стран СНГ. Главная причина подобной низкой успеваемости в том, что в Беларуси не хватает предпринимательской культуры. У нас ведь как считается: если бизнесмен, значит, деньги зарабатывает нечестным путем. И мало кто задумывается, что человек не просто честно зарабатывает – он трудится на благо своего дела. Кроме того, наш народ не стремится пробовать что-то новое. Как говорится, зачем изобретать велосипед, если он уже давно изобретен и ездит. А ведь предприниматель – своего рода художник, который не боится смешивать краски, экспериментировать, рисковать [2].

Что касается отношения потребителей к предпринимателям в Республике Беларусь, то можно с уверенностью сказать, что потенциальным покупателям не столько важен производитель, как качество, цена и доступность товара. Иногда выбор зависит от фирмы или марки, но в большей степени влияют акционные предложения, скидки, рекламные изображения. Мы гордимся белорусскими предпринимателями, так как у товаров наших народных марок хорошее качество и доступная цена.

Заключение. Развитие предпринимательской культуры - это непрерывный процесс совершенствования. Менеджеры должны придерживаться политики открытых дверей, быть на виду и активно участвовать в повседневной деятельности персонала. Разбейте бункеры и поощряйте межведомственное сотрудничество. Обеспечить чуткую, конструктивную обратную связь с сотрудниками относительно их идей. Ежемесячные мотивационные занятия по лидерству - хороший способ развить лидерские навыки и держать сотрудников на правильном пути. В конце концов, мы все еще делаем ошибки. Мы не прячемся от них, нам не стыдно за них, и мы понимаем, что сделаем их.

ЛИТЕРАТУРА

1. Предпринимательская культура: сущность и содержание понятия [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimatelskaya-kultura-suschnost-i-soderzhanie-ponyatiya> – Дата доступа: 04.03.2020

2. Мнение бизнес-тренера: Беларусь не хватает предпринимательской культуры [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: <https://www.google.com/amp/s/minsknews.by/mnenie-biznes-trenera-belarusi-ne-hvataet-predprinimatelskoy-kulturyi/amp/> – Дата доступа: 04.03.2020.

УДК 659.127.3

ОРГАНИЗАЦИЯ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ (НА ПРИМЕРЕ КЛИНИНГОВОЙ КОМПАНИИ)

*Л.А. Дублицевич, Л.С. Петрович, студентки группы 10507218 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – Для успешного развития любому бизнесу нужна реклама, независимо от того, чем занимается организация: предоставляет услуги или же производит продукцию. Услуги, в сравнении с товаром, имеют свои особенности, что существенно отражается в рекламе. В свою очередь, «заявление о себе» может оказать и негативное воздействие на бизнес в той ситуации, если оно было некорректно представлено или же неаккуратно сделано, ведь в этом случае можно не только оттолкнуть потенциальных клиентов, но и отпугнуть постоянных. В этой статье описаны общие требования к рекламному продукту, а отдельное внимание заострено на такой отрасли как клининг. Для данной услуги были найдены наилучшие пути раскрутки, а также представлены ценные советы по продвижению в сравнении с уровнем конкурентов.

Summary – For successful development, any business needs advertising, regardless of what the organization does: provides services or produces products. Services, in comparison with goods, have their own characteristics, which is significantly reflected in advertising. In turn, the "statement about yourself" can have a negative impact on the business in the situation if it was incorrectly presented or carelessly made, because in this case, you can not only alienate potential customers, but also scare away regular ones. This article describes the General requirements for the advertising