

ный бизнес. Неважно, какой будет эта цель главное, чтобы она была. [2] Таким образом, можно отметить, что сегодня для менеджера важно полагаться не только на материальную мотивацию персонала выгодно, но также уделяют особое внимание социально-психологическим мотивам.

Заключение. Для того, чтобы компания была конкурентоспособной на рынке труда, предлагать работникам не только достойную заработную плату, но и учитывать взаимоотношения внутри коллектива, необходимость обеспечения системы профессионального роста и развития и особенно прислушиваться к мнению сотрудников.

В компании Свитанок руководство использует как социально-экономические, так и социально-психологические методы мотивации персонала для стимулирования работы сотрудников. Важным экономическим методом мотивации персонала в компании является заработная плата, а также различные виды доплат и пособия: оплата сверхурочных и выходных. Работникам оказывается материальная помощь в связи с трудными материальными условиями. События социальной мотивации персонал в компании: развитие персонала (обучение за счет компании). В компании необходимо усилить моральное стимулирование персонала. Требуется индивидуальный подход к каждому. человек, и различные меры стимулирования. Конкурсы профессионального мастерства должны проводиться в масштабе компании; присваивать за достигнутые результаты звание лучшего в определенной области и т. д.

ЛИТЕРАТУРА

1. Монтик, О. Н. Стратегический менеджмент [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс для студентов специальности 1 -26 02 01 «Бизнес-администрирование» / О. Н. Монтик, С. В. Шевченко; Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Бизнес-администрирование». - БНТУ, 2016.

2. Устинович, И. В. Операционный менеджмент [Электронный ресурс]: методические указания по выполнению расчетно-графической работы для студентов специальности 1 -26 02 01 «Бизнес- администрирование» / И. В. Устинович; Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Бизнес-администрирование». - БНТУ, 2017.

3. Устинович, И. В. Организация производства и управление предприятием [Электронный ресурс]: методические указания и индивидуальные задания к практическим занятиям для студентов специальности 1 -25 01 07 «Экономика и управление на предприятии» / И. В. Устинович; Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Бизнес-администрирование». - БНТУ, 2016.

УДК 330.8

АНАЛИЗ КУЛЬТУРНЫХ ТЕОРИЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*М.А. Кибук, К.А. Касперская, студенты группы 10503117 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – Предприниматели считаются семенами развития отраслей промышленности. Предприниматели играют важную роль в процессе реализации бизнеса и продвижения. Иначе говоря, предприниматели – это лица, ответственные за управление и организацию бизнеса посредством разумного использования теорий предпринимательства. Различные теории предпринимательства актуальны для развития бизнеса, который помогает бенефициарам работать продуктивней. Цель этих теорий заключается не только в повышении квалификации и знаний предпринимателей, но и в том, чтобы помочь им применять их на практике, выявить риски и найти пути их уменьшения.

Summary – Entrepreneurs are regarded as the seeds of the industries development. Entrepreneurs are really important in the process of business implementation and its promotion. To put it another way, entrepreneurs are the people who are in charge of managing and organizing the business by the reasonable use of the theories of entrepreneurship. The different theories of entrepreneurship are relevant for the business development which helps the beneficiaries to work more productively. The objective of these theories is to improve the knowledge and skills of the entrepreneurs and to encourage them implement them into practice, identify risks and find ways to reduce them.

Ведение. Не существует ни одной универсальной теории, которую могли бы использовать и применять предприниматели. Каждый человек несет ответственность за свой культурный выбор. Предприниматели – один из важных продуктов культуры. Предпринимателям важно применять свои культурные ценности в культурной среде. Культурная теория предпринимательства помогает влиять на стейкхолдеров их предприятия, внушая им важность культуры по отношению к бизнесу. Культурные теории предпринимательства дают обширные знания о некоторых традиционных и эффективных теориях предпринимательства.

Основная часть. Теория Хозелица. Социокультурная теория Хозелица основана на предположении, что каждый индивид наделен социальной и культурной властью. По его словам, предприниматели могут развиваться там, где хорошо развито общество. Большинство предпринимателей — выходцы из определенного социально-экономического класса. Хозелиц опирается на концепцию о том, что культурно маргинальные люди в обществе считаются культурно развитыми, а принадлежащие к хорошо развитому обществу считаются имеющими

право быть предпринимателями. Эти слои общества стимулируют предпринимательство и экономическое развитие. В этом отношении к маргинальным культурным группам общества относятся евреи в Средневековой Европе, китайцы в Южной Африке, индийцы, проживающие в Восточной Африке и т. д. Основание Хозелитца выводится из следующей точки зрения [1]:

1. Гипотеза маргинальных людей – Хозелиц объяснил, что маргинальные люди являются источниками развития предпринимателей. Эти маргинальные люди обладают способностью приспосабливаться к изменяющимся ситуациям, несмотря на их неоднозначное социальное и культурное положение. В процессе адаптации они изменяют свое социальное поведение.

2. Важность управленческих и лидерских навыков – предприниматели должны обладать исключительными лидерскими и управленческими навыками, которые заставили бы их приносить прибыль. Хозелиц подчеркивает тот факт, что управленческие и лидерские навыки необходимы для компании, поскольку они не только помогают хорошо управлять компанией, но и мотивируют предпринимателей к лидерству.

Теория предпринимательства Питера Ф. Друкера.

Питер Ф. Друкер объяснил, что предприниматели – это те, кто постоянно ищет новые пути для изменения и использует это изменение как возможность. Теория Друкера основана на двух важных факторах: инновации и ресурсы; инновации зависят от ресурсов, а ресурсы приобретают значение только тогда, когда воспринимаются как имеющие экономическую ценность. Инновационные идеи, а также новые продукты или любые элементы, связанные с его бизнесом, помогают ему повысить свою производительность. Точно так же ресурсы, такие как капитал, важны для внедрения новых инноваций. Теория объясняет, что существует сложная взаимосвязь между инновациями, ресурсами и поведением предпринимателей. Питер Ф. Друкер вывел три основных момента, которые помогают объяснить роль предпринимателей [2]:

1. Предприниматели повышают ценность и удовлетворенность клиента за счет эффективного использования ресурсов.

2. Предприниматели несут ответственность за создание новых ценностей.

3. Предприниматели должны объединить имеющиеся материалы и ресурсы.

Данные теории предпринимательства, как и многие другие, имеют свои риски, например, такие, как: непредсказуемость поведения бизнес-партнёров, недостаточное количество информации, неопределённость будущего времени. Но существует множество способов сократить риски, в частности, диверсификация, страхование рисков, финансовые фьючерсы.

Заключение. Не существует единой предпринимательской теории, которой было бы достаточно для любого предпринимателя, чтобы работать в конкурентной среде, однако большинство теоретиков не в состоянии объяснить различные аспекты предпринимательства. Культурные теории являются одним из таких примеров, когда культурные аспекты рассматриваются для мотивации предпринимателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Стратегическое_управление – Дата доступа: 06.03.2020.

2. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://center-yf.ru/data/Menedzheru/Strategicheskii-menedzhment.php> – Дата доступа: 06.03.2020.

УДК 33

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Н.П. Крапивин, студент группы 10503117 ФММП БНТУ
Е.И. Рыжко, студентка группы 10508118 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – Event менеджмент в Республике Беларусь только начинает пользоваться популярностью в компаниях. В связи с этим возникает потребность в повышении квалификации специалистов в данной области, а также в выработке мероприятий и практических рекомендаций по повышению эффективности данного вида деятельности в организациях Республики Беларусь.

Summary – Event management in the Republic of Belarus is just beginning to be popular in companies. In this regard, there is a need to improve the skills of specialists in this field, as well as to develop measures and practical recommendations to improve the effectiveness of this type of activity in organizations of the Republic of Belarus.

Введение. Event management (от англ. event - «событие») - комплекс событий, ориентированных на организацию различных спортивных, развлекательных и деловых мероприятий (корпоративные праздники, вечеринки, конференции). Данный вид менеджмента возник в результате преодоления кризиса традиционной рекламы. Некоторые компании используют мероприятия как своеобразную рекламу своего продукта. Если раньше мероприятия, организуемые компаниями, носили больше развлекательный характер, то сейчас они проводятся для