

плана мероприятий, направленных на повышение удовлетворённости и эффективности персонала. После проведения итогов важным этапом является сообщение результатов участникам опроса. Важно соблюдать последовательность действий, которая сделает эффективными мероприятия по разработке нематериальной мотивации. В случае несоблюдения последовательности или невыполнения последнего этапа, опросы могут демотивировать сотрудников. В 2017 году был проведён опрос среди сотрудников отдела продаж крупной торговой организации. В результате анализа результатов опроса были выявлены ведущие потребности в подразделении: материальное вознаграждение, признание со стороны других людей, достижение сложных целей, ощущение востребованности. Результаты опроса (Табл. 1) стали одним из критериев для разработки материальной и нематериальной мотивации сотрудников торговой компании. В качестве нематериальной мотивации лучшие сотрудники подразделения были включены в список награждаемых на официальном мероприятии, где награждение осуществлялось на сцене с оглаской результатов деятельности сотрудника, а также его достижений. Лучших сотрудников включили в список аттестуемых с целью предоставления возможности повысить категорию данных специалистов. Внедрение новой системы мотивации привело к росту выручки, конверсии звонков, конверсии счетов, а также росту скорости и качества обслуживания клиентов.

Таблица 1. Ранги потребностей сотрудников отдела продаж.

№ п/п	Потребность сотрудника	Ранги
1	Материальное вознаграждение	1
2	Хорошие условия работы	7
3	Чёткое структурирование работы	9
4	Социальные контакты	6
5	Завоевание признания со стороны других людей	3
6	Влиятельность и власть	8
7	Разнообразие, перемены	5
8	Совершенствование, рост и развитие как личности	9
9	Ощущение востребованности	4
10	Быть креативным	8
11	Ставить для себя сложные цели	2
12	Долгосрочные стабильные взаимоотношения	10

Источник: [4].

Заключение. В результате исследования и анализа литературы, можно подвести следующий итог: внедрение нематериальной мотивации – это комплексный процесс, требующий анализа многих факторов. При качественном внедрении нематериальной мотивации значительно возрастает заинтересованность сотрудников в результатах труда, их преданность ценностям компании и работодателю, а также увеличивается прибыль торговой организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Литвинюк А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика: учебник для бакалавров / А.А. Литвинюк, С.Ж. Гончарова, В.В. Данилочкина [и др.]. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 398 с. – Серия: бакалавр. Базовый курс.
2. Минеева О.К., Арутюнян С.А., Белик Е.А., Крюкова Е.В., Кочеткова Н.Н., Мордасова Т.А., Храмова Т.М. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Учебник/ О.К. Минаева, С.А. Арутюнян, Е.А. Белик [и др.]- М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2017.-272с.: ил.+Доп. материалы [электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>].- (Балавриат).
3. Соломанидина Т.О. Мотивация трудовой деятельности персонала: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Управление персоналом», «Организационное поведение», «Мотивация персонала»/ Т.О. Соломанидина, В.Г.Соломанидин.- 2-е изд. перераб. и доп.-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.-312 с.
4. Студопедия. – Режим доступа: <https://studopedia.info/3-104425.html> Дата доступа 08.02.2020 г.

УДК 339

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СРЕДИ МОЛОДЕЖИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Е.В. Куликович, Е.А. Маруго, студенты группы 10503117 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – в данной статье рассматриваются проблемы развития предпринимательской деятельности в Республике Беларусь и способы их решения.

Summary – This article discusses the problems of business development in the Republic of Belarus and ways to solve them.

Введение. В настоящее время для многих вузов важно принять концепцию развития с использованием модели University 3.0, что означает, что за время обучения студенты могут не только получить глубокие знания в области выбранной специальности, но и приобрести предпринимательские навыки. В этом случае в университете формируется особая предпринимательская экосистема, которая может стать опорой для развития молодежных бизнес-инициатив и создания студенческих стартапов. Активизация молодежного предпринимательства в наше время является долгосрочным источником экономического роста и социально-экономического развития страны не только с точки зрения повышения занятости молодежи, но и с точки зрения повышения качества подготовки специалистов и их конкурентоспособности на рынке труда [1].

Основная часть. Предпринимательство сильно влияет на развитие национальной экономики, и если создать правильную экономическую и правовую среду, то оно может выступать в качестве основной причины экономического роста. В экономиках развитых стран предприятия малого бизнеса занимают значительный процент объема ВВП страны (до 60%) и занятости (до 90%). Для Республики Беларусь развитие этого сектора народного хозяйства идет недостаточно активно и имеет определенные трудности. В то же время она обеспечивает значительный резерв для экономического роста Беларуси. Сегодня в Республике Беларусь вопрос поддержки малого предпринимательства и ускорения предпринимательской инициативы является достаточно актуальным. Так, принят ряд нормативных правовых актов и государственных программ, направленных на стимулирование экономической активности субъектов малого и среднего бизнеса в стране и улучшение условий ведения бизнеса: Указ Президента Республики Беларусь от 23.11.2017 № 7 «О развитии предпринимательства», Закон Республики Беларусь от 01.07.2010 № 148-3 «О поддержке малого и среднего предпринимательства», распоряжение Президента Республики Беларусь от 31.12.2010 № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании предпринимательской деятельности в Республике Беларусь», Государственная программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь» на 2016-2020 годы, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23.02.2016 № 149, Указом Президента Республики Беларусь от 07.05.2012 № 6 «О стимулировании предпринимательской деятельности на территории средних, малых городских поселений, сельской местности» и др [1].

В настоящее время одним из наиболее информативных инструментов, позволяющих оценить эффективность среды, созданной для развития предпринимательства, является изучение рейтинговых позиций страны в международном исследовании Doing Business, которое проводит Всемирный банк. Рейтинг отражает состояние делового климата в стране, поскольку базируется на оценке нормативных документов, регулирующих предпринимательскую деятельность, и ряде качественных показателей, позволяющих оценить изменения, происходящие в государстве [2].

Республика Беларусь участвует в рейтинге «Ведение бизнеса» с 2005 года. В последнем отчете «Doing Business-2019» Беларусь по итогам 2018 года заняла 37 место из 190 стран. Необходимо отметить, что правительство Беларуси продолжает реализацию комплекса мероприятий, направленных на улучшение условий развития предпринимательства в стране. В стране создана инфраструктура поддержки предпринимательства, включающая центры поддержки предпринимательства и инкубаторы. В 2018 году действовали 99 центров и 26 инкубаторов, которые оказывают информационные, консультационные услуги, помощь в приобретении финансовых ресурсов, участии в выставках, ярмарках, налаживании деловых связей, создании других условий для роста и инновационного развития субъектов малого предпринимательства. Государство также оказывает финансовую поддержку субъектам малого предпринимательства, используя средства программ поддержки малого предпринимательства [2].

Безработица является одной из наиболее существенных проблем, угрожающих экономической безопасности страны. Особую угрозу представляет невозможность трудоустройства среди молодежи, поскольку это ведет к значительным проблемам, негативно влияющим на социальное развитие молодого поколения (рост преступности, алкоголизма, наркомании). Как правило, несмотря на определенные преимущества молодежи на рынке труда (высокая мобильность, обучаемость, высокий потенциал дальнейшего развития), работодатели не всегда заинтересованы в приеме на работу выпускников вузов и колледжей, которым необходима работа, из-за отсутствия опыта работы и низкой квалификации. С учетом этого ориентация молодого поколения на предпринимательство, создание и продвижение собственного бизнеса является возможным решением проблемы безработицы среди молодежи [2].

В современном мире возрастает значение образования как важнейшего фактора формирования новой экономики, основанной на знаниях. Образование для молодежи является основой ее развития в соответствии с требованиями современного общества.

В Беларуси уже более 15 лет функционирует и развивается Центр бизнес-образования, объединяющий активных студентов, готовых идти на риск, который несет в себе предпринимательство. В университете с функционированием стартап-школы проходят ежегодный международный чемпионат «Молодежь и предпринимательство», международный конкурс «Стартап-сотрудничество». Участие в этих конкурсах позволяет студентам не только попробовать свои силы и представить свои бизнес-проекты, но и вдохновить себя через общение с предпринимателями и наставниками, которые уже достигли успеха в реализации своего бизнеса и готовы поделиться опытом. В то же время студенты, готовые развивать собственный бизнес, нуждаются в дополнительном

образовании по основам предпринимательства, консультировании по различным вопросам, например, бухгалтерскому и юридическому, возможности использования коворкинг-офисов и офисной техники и так далее [1].

Заключение. Таким образом, создается и развивается инфраструктура поддержки молодежного предпринимательства, формируется институциональная среда для развития малого предпринимательства в Республике Беларусь. Можно осуществить комплекс мероприятий, направленных на совершенствование этой деятельности по следующим направлениям: реформирование институциональной среды, с целью динамичного развития малого бизнеса и повышения его влияния на национальную экономику Беларуси; формирование эффективной конкурентной среды для повышения активности малых организаций, роста их конкурентоспособности; поддержка развития кооперации предпринимателей и субъектов малого предпринимательства на основе принципов межфирменного сотрудничества (создание предпринимательских кластеров, сетей, альянсов); приоритетное развитие поддержки предпринимательства в сфере новых технологий и инноваций; развитие инновационного потенциала и предпринимательских инициатив молодежи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Яцевич, Н. В. Институциональная среда поддержки малого бизнеса в Республике Беларусь / Н. В. Яцевич // Молодежное предпринимательство в странах Восточного партнерства: опыт формирования и перспективы развития : тезисы междунар. науч.-практ. конф., Батуми, 13–14 сент. 2018 г. / Батум. гос. ун-т Шота Руставели. – Батуми, 2018. – С. 91–94.

2. Яцевич, Н. В. Развитие предпринимательства в Республике Беларусь / Н. В. Яцевич, И. В. Трусевич // «Украина – България – Европейски Съюз: съвременно състояние и перспективи» : сб. докл. VI междунар. науч. конф., Варна. – Варна : Наука и икономика, 2018. – С. 164–168.

УДК 334

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ОРГАНИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА

*Е.В. Куликович, Е.А. Маруго, студенты группы 10503117 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – В современных условиях любой бизнес, в том числе и малый, сталкивается с постоянно изменяющимися условиями внешней среды и изменениями во внутренней среде. Только правильная расстановка целей и задач, объективная оценка внешнего и внутреннего окружения способны обеспечить повышение эффективности функционирования малой организации в рыночных условиях. Это обуславливает необходимость выработки определенной стратегии менеджмента и реализации эффективного стратегического менеджмента на малом предприятии, особенности которого рассмотрены в представленной статье.

Summary – In modern conditions, any business, including small ones, is faced with constantly changing environmental conditions and changes in the internal environment. Only the correct setting of goals and objectives, an objective assessment of the external and internal environment are able to provide increased efficiency in the functioning of a small organization in market conditions. This necessitates the development of a specific management strategy and the implementation of effective strategic management in a small enterprise, the features of which are discussed in the article.

Введение. Малый бизнес в современной экономической среде представляет собой один из секторов предпринимательства, для предприятий которого характерна способность гибкого приспособления к изменениям на рынке, быстрой реакции на изменение рыночной конъюнктуры. Объективно доказано, что предприятия малого бизнеса способствуют развитию научно-технического прогресса, создают новые рабочие места, виды продукции и услуг, заполняя тем самым экономические ниши, которые зачастую не являются экономически выгодными и интересными для крупных организаций и корпораций. В то же время малые предприятия функционируют в общей рыночной и конкурентной среде, что влечет необходимость рационального и эффективного стратегического управления ими.

Основная часть. Повышению эффективности функционирования малой организации в рыночных условиях способствуют правильная расстановка целей и задач, а также объективность анализа внешнего и внутреннего окружения организации. О.В. Астафьева отмечает, что ключевыми целями стратегического управления в малом бизнесе выступают цели, связанные с: обеспечением выживания и процветания организации на основе получения прибыли; удовлетворением потребностей и предложений потребителей на рынке сбыта производимой продукции; повышением конкурентоспособности производимых продукции, работ и услуг; ускорением оборачиваемости средств и ресурсов; устойчивым ростом прибыли с условием одновременной минимизации коммерческих рисков; обеспечением конкурентоспособности организации на конкретном рыночном сегменте; наращиванием уровня капитализации бизнеса организации; повышением инвестиционной привлекательности организации; освоением новых рынков, продуктов и технологий [1].

Исследование современных подходов и специфики стратегического менеджмента в сфере малого бизнеса [2, 3] позволяет сформировать основную цель организации эффективного стратегического управления субъек-