

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

намного сложнее, чем внутренних, по причине того, что внутренние факторы легче и их можно контролировать и изменять самостоятельно организацией, в отличие от внешних. Внешние факторы не зависят от конкретно «нашей» организации и их нельзя держать под контролем, они постоянно видоизменяются и имеют значительное влияние на организацию. Проведение анализа внешней среды подразумевает под собой определение направления развития, оценку рыночной ситуации, постановку целей, знание сильных и слабых сторон предприятия, а также рыночные возможности и потенциальные риски.

Так же внешние факторы помогают определить и спрогнозировать, что организацию ждёт в случае успешного выполнения поставленных целей и, наоборот, в случае провала. Основными компонентами анализа выступают: конкуренты, поставщики, покупатели и так далее.

Имеется достаточное количество методов стратегического анализа внешней среды, рассмотрим некоторые из них [1]: 1) SWOT-анализ, предназначен для получения оценки сил предприятия на рынке, для оценки слабых и сильных сторон организации; 2) PEST-анализ-это анализ в котором исследуются политические, экономические, социальные и технологические внешние факторы, которые в будущем влияют на стратегию и последующий план действий организации; 3) Профиль среды и метод взвешивания каждого фактора предназначен для составления профиля внешней, внутренней сред предприятия и непосредственного окружения; 4) Модель пяти сил конкуренции (по М. Портеру) используется для анализа конкурентов.

Заключение. Анализ внешней среды организации -это очень важный для построения стратегии организации и очень сложный процесс, требующий постоянного внимания за изменениями ситуации, оценки факторов и установления связи между факторами и теми сильными и слабыми сторонами организации, а также возможностями и угрозами, которые имеются во внешней среде. Данный факт неоспорим, что, не зная внешней среды, организация не сможет существовать. Организация изучает среду, чтобы обеспечить успешное достижение своих целей, вырабатывает стратегию взаимодействия с факторами внешней среды, обеспечивающую ей наиболее комфортное, стабильное и выносливое сосуществование.

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. Баумгарген Леонид, «Методы анализа макросреды организации» Маркетинг и маркетинговые исследования– 208. – [Электронный документ]. – Режим доступа - Дата доступа: 09.03.2020.

УДК 339

ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЕГО ПЕРСПЕКТИВЫ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*А.А. Орлова, студент группы 10503117 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – в данной статье рассматривается понятие социального предпринимательства, проблемы его развития в Республике Беларусь и пути их решения.

Summary – This article discusses the concept of social entrepreneurship, problems of its development in the Republic of Belarus and ways to solve them.

Введение. Во всем мире социальное предпринимательство набирает обороты, поскольку роль государства в социально-экономической сфере смещается в сторону приватизации государственных функций. В результате благотворительные организации получают меньше средств из бюджета, а социальное предпринимательство считается подходящей бизнес-моделью для решения многих проблем в сфере общества и экологии. Исследования деятельности социальных предприятий в Европе показывают, что предприниматели сосредоточены на общественных услугах, занятости и обучении, окружающей среде, образовании и развитии общества. Таким образом, увеличение числа социальных предприятий может привести к значительному увеличению доходов государственных бюджетов [1].

Основная часть. Социальное предпринимательство - это определение социальных проблем и их решение путем применения предпринимательских принципов, процессов и операций. Его задача состоит в том, чтобы провести исследование, которое позволит обозначить конкретную социальную проблему, а затем организовать социальное предприятие для достижения желаемых изменений [1].

В то время как традиционное предпринимательство означает принятие решений для открытия нового бизнеса или диверсификации существующего бизнеса, социальное предпринимательство, в основном, фокусируется на создании социального капитала без измерения эффективности в прибыли или прибыли в денежном выражении.

Предприниматели в этой сфере связаны с некоммерческими секторами и организациями. Но это не отменяет необходимости получения прибыли. Ведь предпринимателям нужен капитал, чтобы продолжать этот процесс и вносить позитивные изменения в общество [2].