

Стартап-мероприятия помогают выявить новые идеи и проекты, оценить их достоинства и недостатки, являются источником вдохновения, опыта, поддержки единомышленников. Стартап-экосистема создает условия для реализации наиболее конкурентоспособных идей и проектов.

Для современного этапа развития экономики необходимым условием роста является развитие экспорта, основой которого являются новые товары, обладающие характеристиками высокого качества и спросом. Основой создания нового товара является инновационное развитие экономики, создание научно-технических разработок с последующей коммерциализацией.

Таким образом, стартап-движение является инструментом для отбора и профессионального становления предпринимателей, а также для формирования стартап-элиты, которая определяет вектор развития экономики и социума. Роль государства заключается в создании благоприятных условий для развития бизнеса, в формировании содействующей этому законодательной базы и привлечении зарубежных инвестиций.

#### Литература

1. *Крупский, Д.* Стартап-движение для успешного бизнеса [Электронный ресурс] / Д. Крупский // Экономика Беларуси. — 2015. — №2: — С. 66–71. — Режим доступа: [http://www.economy.gov.by/publfiles/001464\\_984764.pdf](http://www.economy.gov.by/publfiles/001464_984764.pdf). — Дата доступа: 16.12.2016.

2. *Левицкая, И. А.* Профессиональное самоопределение как социокультурный процесс [Электронный ресурс] / И.А. Левицкая // Вестн. Кемеров. гос. ун-та. — 2014. — № 2(58). — С. 136–140. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/professionalnoe-samoopredelenie-kak-sotsiokulturnyy-protsess-1>. — Дата доступа: 16.12.2016.

*В. Г. Шендрик*  
БГЭУ

### КОРПОРАТИВНЫЙ ПАТРИОТИЗМ

Понятие «патриотизм» достаточно широкое и может рассматриваться в различных аспектах. Чаще всего дискуссии на тему патриотизма носят этический характер и сводятся к любви и долгу перед Родиной. Однако постиндустриальные тенденции в развитии общества раскрывают иной нетрадиционный взгляд на это понятие.

В настоящее время в условиях рыночных отношений патриотические чувства во многом обусловлены социально-экономическими отношениями в обществе. Патриотизм перестает ассоциироваться только с национальными общностями. В условиях рыночной экономики центральными игроками становятся корпорации. Они определяют свои обычаи, традиции, на основании которых у сотрудников вырабаты-

ваются патриотические настроения по отношению к своей фирме. В ряде случаев приверженность корпорации, в особенности многонациональной, может стать даже более сильным и влиятельным детерминантом социального поведения, чем приверженность своей стране. Под корпоративным патриотизмом следует понимать степень приверженности работников организации, желание поступаться личными интересами в интересах компании, эмоциональное сопереживание корпоративным проблемам, отвержение на подсознательном уровне предательства корпоративных интересов.

Особое значение приобретает корпоративный патриотизм в вопросах «утечки мозгов», так как одной из целей любой корпорации является привлечение и удержание высококвалифицированного специалиста, ведь неспроста современное общество часто называют обществом знаний. В условиях глобализации на миграцию квалифицированных сотрудников оказывает большое значение экономический фактор. Часто корпорации перекупают таланты. В сложившейся ситуации эффективным методом борьбы с «утечкой мозгов» может выступить корпоративный патриотизм, который основывается на символическом богатстве: имидже, бренде, репутации компании на мировом рынке. Ярким примером может послужить патриотизм японцев как по отношению к своей стране, так и по отношению к своей фирме, проявляющийся в практике пожизненного найма сотрудников.

Таким образом, корпоративный патриотизм — это направление, набирающее большую популярность в условиях глобализации. Он напрямую связан с оригинальностью культуры, созданной определенным сообществом, и не зависит от единой религии или национальной принадлежности.

#### Литература

1. Устинова, О. В. Формирование корпоративной идентичности персонала / О. В. Устинова, Е. В. Чуприна // Вестн. Челябин. гос. ун-та. — 2014. — № 24 (353).

*Е. В. Шубенок, О. С. Сысоева*  
БГЭУ

### **ФОРМИРОВАНИЕ ПАТРИОТИЗМА БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЕЖИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Вопросу воспитания патриотизма постоянно уделяется значительное внимание как со стороны научных кругов, так и со стороны политической общественности. Главным условием успешного развития патриотизма является его соответствие текущему времени. Целью данной статьи является анализ уровня патриотизма и развития социальных сетей как способа его распространения.

В данной статье проанализированы такие социальные сети, как «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Twitter, YouTube и Google+.