

ми, договорными отношениями, системой бухгалтерского учета, экономическими и налоговыми особенностями видов деятельности предприятия. Это позволит сформировать высокие экономические показатели производственно-хозяйственной деятельности предприятия (выручка, рентабельность, размеры кредиторской и дебиторской задолженностей), эффективную систему управления и оптимальный уровень налоговой нагрузки. Процесс управления налоговой нагрузкой является долгосрочным и ежедневным, требующим формирования четкой системы критериев, учитывающих особенности деятельности конкретного предприятия. Следовательно, система управления налоговой нагрузкой – это не обособленный вид деятельности, а один из элементов, направленных на повышение экономической эффективности работы предприятия в целом, а управление налоговой нагрузкой предприятия – это самый сложный процесс, основанный на знании налогового законодательства, бухгалтерского учета, хозяйственного права, экономической теории, государственного контроля и правоприменительной практики в Республике Беларусь.

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ДЕПРЕССИВНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

О. В. Мельников

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель О. Г. Винник

Развитие и становление малого бизнеса является одной из главных составляющих экономической политики в условиях перехода экономики от административно-командной к рыночной. На депрессивных территориях располагается огромное количество субъектов малого бизнеса (рис. 1).

Актуальность данной темы определена значительной ролью малого бизнеса в современной социально ориентированной рыночной экономике.

Цель работы – лаконичное описание основных проблем по данной теме и предложение возможных вариантов решений для каждой из этих проблем.

Методы исследования: метод интернет-анализа экономических показателей Республики Беларусь, а также мнения предпринимателей о проблемах малого бизнеса в Республике Беларусь.



Источник. Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>.

Рис. 1

Следует отметить, что в нашей статье под «депрессивными территориями» понимается сельская местность Республики Беларусь.

Депрессивным территориям соответствуют следующие критерии:

- не востребованность товаров и услуг в значительных масштабах;
- неразвитость потребностей общества, большая доля слабоактивного экономически населения;
- фонды потребления и фонды накопления минимальны;
- ослабленное действие рыночного механизма, т. е. спроса, цены и предложения;
- отсталость инфраструктуры.

С учетом всех вышеизложенных критериев, в развитии малого бизнеса на таких территориях могут наблюдаться пять следующих проблем: 1) нехватка финансовых ресурсов; 2) административные барьеры; 3) проблема продвижения товаров и услуг на рынке; 4) низкая квалификация персонала; 5) сезонность.

Весьма значимой для бизнеса является проблема недостатка финансовых ресурсов как собственных так и заемных для того, чтобы расширить собственную деятельность.

Решением этой проблемы могла бы стать льготная программа по кредитованию населения с целью открытия своего бизнеса, т. е. для новичков в бизнес-сфере на несколько лет необходимо уменьшить налоги и снизить размер выплат по кредиту или лизингу. Проблема сейчас находится в стадии решения и исходя из графика Белорусского Фонда поддержки предпринимателей, с 2011 г. количество заемных средств для предпринимателей увеличилось ровно в 20 раз. Стоит уточнить, что при использовании статистики по малому бизнесу я использую статистику по абсолютно всем субъектам малого бизнеса в стране, так как оказание поддержки происходит вне зависимости от места расположения этих субъектов.

Следующей не менее важной проблемой является административный барьер.

Решением этой проблемы станет постепенное ослабление канатов регулирования не только в области малого бизнеса, но и в целом во всей бизнес-сфере. Для этого необходимо много времени, но это именно то, к чему должны стремиться и к чему в данный момент стремится наше государство.

Многие индивидуальные предприниматели испытывают некоторые сложности в организации сбыта продукции. Для малого предприятия затраты на маркетинг могут оказаться большими в масштабах малого бизнеса, а также потому что проведение маркетинговых исследований в малом бизнесе – это редкость.

О решении здесь можно говорить только при осознании необходимости проведения маркетинговых мероприятий и при условии отсутствия финансовой проблемы. Тогда уже можно нанять маркетолога со сдельной оплатой труда (минимальный оклад плюс процент от увеличения прибыли предприятия). Это позволит избежать больших издержек и начать продвижение своей фирмы или товара на рынок.

Предприятия часто испытывают недостаток квалифицированных специалистов. Причиной является то, что зачастую более квалифицированные специалисты стремятся к перспективному трудоустройству, которое обеспечит либо стабильно высокой заработной платой, либо возможностью карьерного роста.

Решением этого вопроса станет создание выгодных условий, при которых человек с высоким потенциалом или квалификацией станет работать в депрессивной местности. Это могут быть как и условия проживания в ней, так и высокая заработная плата. Если средств для обеспечения этих условий не достаточно, то открывая малый бизнес нужно понимать, что очень часто придется выполнять работу сразу нескольких должностей самому.

Следующая проблема характерна для сельскохозяйственных предприятий, летних кафе и магазинов розничной торговли. Для сельского хозяйства погода – переменный и неконтролируемый фактор, от которого и будут зависеть показатели его активной деятельности. А в случае с магазинами и летними кафе получение прибыли обуславливается наличием большого потока людей в теплые сезоны, а также за счет небольшой конкуренции. В сезон эти субъекты успешно функционируют, принося прибыль. В холодные сезоны поток людей уменьшается и это сказывается на спросе и, соответственно, прибыли, а издержки в виде аренды, зарплат сотрудникам или налога остаются, что может привести к убыткам.

Решением может выступить регулирование этих издержек посредством найма сезонных работников. На практике найти квалифицированного работника в депрессивной местности – большая проблема. Следовательно, решить вопрос с сезонным наймом можно только после решения проблемы с недостатком квалифицированных кадров в той самой местности. Со стороны государства на объекты сезонного бизнеса можно сделать минимальную ставку налогообложения исходя из сложившейся экономической ситуации.

Таким образом, на данный момент государство пытается решать проблемы, связанные с малым бизнесом, и уделяет этому большое внимание, так как он является основным субъектом рыночной экономики и, по словам председателя БСП Александра Калинина, его доля в экспорте на данный момент весьма значительна и составляет «30 с лишним процентов». Малый бизнес очень перспективен, а значит, проблемы с ним важны для государства и будут со временем решаться.

## **АУТПЛЕЙСМЕНТ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ**

**В. А. Шкала**

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. П. Пономаренко

В современных условиях работодатели, как никогда прежде, озабочены поиском новых методов антикризисного управления человеческими ресурсами. Это обусловлено тем, что в период кризисных явлений в экономике они вынуждены увольнять работников в связи с ликвидацией организации, а также при проведении мероприятий по сокращению численности или штата работников. Процесс увольнения является неприятным событием не только для увольняемых сотрудников, но и для трудового коллектива и руководства организации.

Одним из инструментов, позволяющих сделать процесс увольнения сотрудников наиболее щадящим и гуманным, уменьшить риск юридических осложнений и сохранить позитивный имидж организации, является аутплейсмент. Аутплейсмент – практическая помощь кандидату в поиске нового места работы, подготовка к предстоящим собеседованиям, консультирование о состоянии рынка труда, реальная оценка шансов конкретного кандидата [1, с. 113].

Классическая схема аутплейсмента предполагает выбор консультанта (внешнего или внутреннего). Внешний аутплейсмент проводится кадровыми агентствами. Менее изученным является внутренний аутплейсмент, осуществляемый организацией-работодателем.

Различают четыре вида аутплейсмента: открытый, закрытый, массовый и индивидуальный [2, с. 87]. Открытым аутплейсментом считается процесс, когда все «про-