

способность населения Беларуси остается на достаточно низком уровне, особенно это касается отдаленных от г. Минска дотационных районов страны (например, Шарковщинский, Лоевский, Кормянский, Ивьевский и др.).

Низкой покупательской способностью, а также вызванным ей оттоком населения и обусловлено слабое развитие сферы услуг в небольших, часто отдаленных от Минска, городах. Также в последнее время, наблюдается постоянное сокращение количество субъектов малого бизнеса – индивидуальных предпринимателей, большая часть из которых работает в сфере услуг. Например, только сначала 2017 года закрылось почти 28 000.

Можно предположить, что часть из них на самом деле решили уйти с рынка из-за плохого бизнес-климата в стране. Также стоит учитывать то, что в этот период был подписан Указ Президента Республики Беларусь № 337. Этот указ предусматривает частичную либерализацию для функционирования малого бизнеса, а именно разрешает выполнять заказы изделий, товаров, услуг гражданам, использующим эти изделия для личных (бытовых) нужд; осуществлять работы и оказывать услуги в сфере дизайна, оформления, моделирования интерьеров и продукции для личного пользования. До принятия данного указа, в Беларуси было определено 18 видов деятельности, при осуществлении которых оформление индивидуального предпринимательства не требовалось, теперь этот список значительно пополнился.

**Заключение.** В Республике Беларусь недостаточно развит внутренний рынок услуг, он характеризуется большой дифференцируемостью в зависимости от территории. Приоритетом в развитии международной торговли услугами должны быть отрасли, формирующие инфраструктуру экономики. Учитывая процессы глобализации мировой экономики, необходимо отдавать преимущество развитию (транспортных, туристических, инжиниринговых, компьютерных, образовательных, медицинских и других услуг), что позволит увеличить эффективность внешнеэкономической деятельности за счет повышения ее конкурентоспособности.

Участие Беларуси в международных рейтингах по различным секторам услуг является важным фактором повышения конкурентоспособности сферы услуг страны, так как способствует повышению уровню доверия к стране зарубежными партнёром и клиентов, что стимулирует развитие деловых отношений и приток иностранных инвестиций в сферу услуг Беларуси.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Беларусь в цифрах: статистический справочник / Нац. стат. ком. Республики Беларусь. – Минск, 2017. – 99 с.
2. Никитенко, П. Г. Ноосферная экономика и социальная политика / П. Г. Никитенко. – Минск: Белорусская наука, 2006. – 478 с.
3. Социально-экономическая модель: становление и развитие: теория, методология, практика. Под общ. ред. В.Г. Гусакова. В 2 кн. Кн. 1 / В.Г. Гусаков [и др.]; Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики. – Минск: Беларуская навука, 2015. – 554 с.
4. HILL T. P. On goods and services. : The Review of Income and Wealth, 1997.
5. Айрих, И. В. Природа и специфика услуг./ И.В. Айрих // Теория и практика общественного развития. – 2014. - № 10.
6. Балаева, О.Н., Предводителева, М.Д. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития./ О.Н. Балаева, М.Д. Предводителева // Мировая экономика и международные отношения. - 2007. - № 5.

УДК 338

### ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕМЕСЛЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В БЕЛАРУСИ

*А.А. Макаранцева, студентка группы 10507218ФММП БНТУ,  
научный руководитель – преподаватель А.В. Забавская*

*Резюме – В данной статье анализируется ремесленная деятельность в Беларуси, возможности, которые предоставляются ремесленнику, а также пути реализации потенциала и способы сбыта продукции. Интерес данной темой возник у автора, в связи с занятием ремесленной деятельностью. Автор обладает практическим опытом, накопленным с декабря 2018 года (сфера ремесленной деятельности – мыловарение).*

*Resume – This article analyzes the craft activities in Belarus, the opportunities that are provided to the artisan, as well as ways to realize the potential and methods of sales. Interest in this topic arose from the author, in connection with the occupation of handicraft activities. The author has practical experience gained since December 2018 (the sphere of handicraft activity is soap-making).*

**Введение.** Правительство Республики Беларусь предоставляет все условия для занятия граждан ремесленной деятельностью. С каждым годом число людей, занимающихся таким видом деятельности и уплачивающих установленный сбор, увеличивается. С 2017 по 2018 год число ремесленников в Беларуси

увеличилось на 23% [1]. Что свидетельствует о высокой заинтересованности в реализации ручных изделий, и о готовности многих перейти от обычного хобби к бизнесу.

**Основная часть.** Согласно Указу Президента Республики Беларусь от 9 октября 2017 г. № 364 «Об осуществлении физическими лицами ремесленной деятельности» [2] физические лица (за исключением физических лиц, которым законодательными актами запрещается осуществление иной деятельности, а также иностранных граждан и лиц без гражданства, временно пребывающих и временно проживающих в Республике Беларусь) могут осуществлять ремесленную деятельность. Для этого им необходимо: выбрать вид ремесленной деятельности (его можно найти в соответствующем перечне) [2]; уплатить сбор на осуществление ремесленной деятельности в размере 1 базовой величины в календарный год; подать заявление в налоговую инспекцию по месту жительства; в течение 6 месяцев со дня постановки на налоговый учет (физическому лицу присваивается учетный номер плательщика) приобрести книгу учета проверок. Ремесленники не уплачивают подоходный налог и единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц, а также не ведут государственную статистическую отчетность, имеют право самостоятельно уплачивать обязательные страховые взносы в бюджет государственного внебюджетного фонда социальной защиты населения Республики Беларусь. Это создает благоприятные условия для вовлечения людей в ремесленную деятельность. Ремесленник также имеет право реализовывать свои товары на рынке, выставках и ярмарках, и в иных установленных местными исполнительными и распорядительными органами местах. Можно заключать договора с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями, что во многом помогает реализовывать свою продукцию и повышает шансы её продаж потенциальному покупателю. Ремесленники имеют полное право рекламировать свою продукцию в Интернете. Однако указ запрещает привлекать к ремесленной деятельности иных физических лиц, а также использовать в своих работах бивни, зубы и клыки животных, драгоценные камни и металлы. Окупить деньги, потраченные на ремесленный сбор, не составит ремесленнику большого труда, даже при плохих продажах, это вполне реально, этому способствуют все предоставляемые возможности, такие как: работа с индивидуальными предпринимателями, продажа продукции через Интернет, а также участие в ремесленных ярмарках, которые проводятся довольно часто. Одна из самых масштабных и популярных выставок-ярмарок на сегодняшний день является «Млын», она проводится 3 раза в год: осенью, зимой и весной, в выставочном центре БелЭкспо. Также министерство экономики Республики Беларусь каждое лето организует выставку-ярмарку народных ремесел и промыслов «Камарова – кола дзён». «Выставка-ярмарка организуется в целях развития предпринимательства, активизации ремесленной и агротуристической деятельности в сельской местности» [3].

Одним из способов поиска потенциальных покупателей является работа в сети Интернет. Рекламировать и продавать свою продукцию в Интернете ремесленники могут на различных платформах, включая социальные сети и сайты для продаж. Создать аккаунт со своими работами в социальных сетях не составит труда, так как это бесплатно, однако при желании ремесленник может купить платную рекламу непосредственно у социальной сети. Ремесленник может реализовывать свою продукцию и через сайты объявлений. «Kufar» - крупнейшая площадка объявлений в Беларуси и самая популярная данный момент, большее количество ремесленников пользуются именно ей. Работа ремесленника, как правило, не требует больших вложений. Однако необходимо изготавливать свои изделия качественно, а также отдавать работе много сил и времени. Спрос на ремесленную продукцию не очень большой. Это происходит из-за того, что изделия ручной работы стоят дорого, а покупательная способность потенциальных потребителей не так высока. Чаще всего покупают handmade продукцию в магазине, а в особенности на ярмарках, благодаря спонтанности решений потребителя. Покупая вещь через интернет, человек больше задумывается над покупкой и будет действовать рационально. В преддверии праздников спрос на ремесленную продукцию в Интернете растет [4]. На примере одного из видов ремесленничества – мыловарения, можно подсчитать какая прибыль получается с продажи продукции, и сколько необходимо продать, чтобы окупить ремесленный сбор (таблица 1).

Таблица 1 – Расчет потребности и стоимости материалов для мыловарения

№ п/п	Ингредиент	Стоимость, руб.	Стоимость для одного куска мыла 100гр, руб.	Граммы/миллилитры
1.	Основа	9,45/1кг	0,945	100гр
2.	Масло касторовое	2,90/100мл	0,036	1,25мл
3.	Смесь эфирных масел	3/10мл	0,126	0,42мл
4.	Пигмент	1,90/15мл	0,019	0,15мл
5.	Упаковка	0,03/1шт.	0,03	-
Итого:	-	-	1,156	-

Источник: собственная разработка на основе [5].

При рассмотренном выше подсчете стоимости одного куска мыла, используются только предельные издержки. Это можно объяснить тем, что постоянные издержки, а именно: формочки для мыла, весы,

кастрюли и другие принадлежности, не требуется покупать для каждого нового куска мыла. Приобретая их в 2018 году, покупать их снова в 2019 уже не понадобится. Таким образом, затраты на один кусок мыла составляют 1,16 руб. Отсюда можно определить конечную прибыль, которая равна: Конечная прибыль = Выручка – Затраты. Минимальная выручка с одного куска мыла составляет 3,80 руб. Из этого следует, что Прибыль = 3,80-1,16 = 2,64 руб. Полученные результаты также помогают подсчитать, какое количество продукции, необходимо продать, чтобы окупить свой бизнес, а именно средства, потраченные на уплату ремесленного сбора, который составляет на момент 2019 года 24,5 рублей.  $24,5/1,16 = 21,1 \approx 22$  шт.

**Заключение.** Основываясь на представленную выше информацию и проведенный анализ, автором был получен практический опыт (начало ремесленнической деятельности в декабре 2018 года). Согласно проведенной работе можно сформировать ряд первоначальных правил для будущих ремесленников: указывая свой личный номер на сайтах по размещению объявлений, эффективнее не забывать и про мессенджеры, по которым покупатели смогут связаться с продавцом; не исключать возможности отправки продукции почтой; уделять внимание фотографиям своей продукции; продвигать свою продукцию в социальных сетях по средствам рекламы.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/remeslo-ru/>– Дата доступа: 15.03.2019.
2. Об осуществлении физическими лицами ремесленной деятельности: указ Президента Республики Беларусь от 9 октября 2017г. № 364 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 11.10.2017. /– Дата доступа: 15.03.2019.
3. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/remeslo-ru/>– Дата доступа: 15.03.2019.
4. News.21.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.21.by/society/2018/06/11/1517987.html>– Дата доступа: 15.03.2019.
5. HomeArt [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://homeart.by/>– Дата доступа: 15.03.2019.

УДК 338.22.021.4

#### КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА И ОШИБКИ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Е.А. Маруго, Е.А. Новогран, студенты группы 10503117 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Е.В. Бертош*

*Резюме – В данной статье рассматриваются особенности кадровой политики. Описаны её цели и задачи. Представлена типология кадровой политики. Показаны основные ошибки, совершаемые при разработке стратегии фирмы, влияющие на её успех. Даны рекомендации по совершенствованию стратегии предприятия.*

*Resume – This article discusses the features of personnel policy. Describes its goals and objectives. The typology of personnel policy is presented. The main mistakes made in the development of the strategy of the company, affecting its success are shown. Recommendations to improve the strategy of the enterprise are given.*

**Введение.** Рыночная экономика требует решения многих задач, наиболее важной из них является максимально эффективное использование кадрового потенциала. Для этого необходимо проведение кадровой политики, которая вовремя сформулирует цели в соответствии со стратегией предприятия, а также поставит проблемы и задачи, найдёт способы их решения и поспособствует достижению поставленных целей. Стратегия развития предприятия, как и кадровая политика, формируется на основании внутренних ресурсов и традиций предприятия, а также возможностей внешней среды.

**Основная часть.** Кадровая политика организации является комплексностью инструкций, постановлений и норм, которые основываются на направлении методов общения с работниками организации. Это полная и комплексная модель работы с наемными работниками, скрепляющая между собой все многочисленные методы и формы работы, учитывая кадровое поведение. Объектом такой кадровой политики выступает персонал, а именно штат сотрудников. В свою очередь субъектом является система управления персоналом организации, состоящая из руководителей всех уровней управления и кадровой службы. Кадровая политика, одна из тех видов политики, которая базируется не на административных методах работы со штатом, а учитывает все экономические факторы и старается стимулировать персонал для дальнейшей эффективной работы путем поощрения. [1]

Задачи, которые призвана решать кадровая политика, могут быть следующие:

- 1) направленность на сближение интересов предприятия и работника;
- 2) стремление и завоевание высокой производительности труда;
- 3) улучшение эффективности производства;