

на внутреннюю и внешнюю аудиторию, чтобы создать правильный эффективный образ [1].

Среди успешных брендов работодателей IT-сферы уже давно выделяется Google. Они сумели создать по-настоящему качественную и уникальную корпоративную культуру и комфортные и креативные условия работы. Сотрудники имеют доступ к бесплатному здоровому питанию, дизайнерским офисам, мастер-классам - не только для профессионального, а и для личностного роста. Google работает над многообразием и эксклюзивностью в коллективе. Адаптировав политику отпусков по уходу за ребенком, компания сократила в два раза отток работающих родителей. Также они создали внутреннюю оценочную систему для постановки и достижения целей. Бренд-менеджмент Google постоянно проводит исследования ЦА для удовлетворения спроса кандидатов и улучшения условий труда. Они взяли курс на персонализацию и открытость, что и является одним из важнейших факторов успеха этого HR-бренда.

Заключение. Формирование качественного HR-бренда IT-компании является необходимой частью ведения бизнеса в данное время. Рынок труда сейчас характеризуется как «рынок соискателя», а это значит, что не компания, как правило, выбирает кандидатов, а кандидаты компанию, что создаёт необходимость иметь конкурентное позиционирование и уникальный имидж работодателя для привлечения потенциальных сотрудников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Армстронг Майкл, Практика управления человеческими ресурсами/ пер. с англ. Малкова И. – Питер, 2017. – 848 с.
2. Гуров Ф. PR IT-компаний. Российская практика – 2020. – С.15 – 30
3. Данченко Л.А. Использование потенциала потребительского бренда для формирования HR-бренда компании на рынке труда // «Бренд-менеджмент», № 1, 2016 г. – 8 с.
4. Макушкина Н.Д. Бренд работодателя // Экономика и управление персоналом: энциклопедический словарь / ред. С.И. Сотникова. М.: Инфра-М, 2016. – С. 23–24
5. Никишина А.Ю. Сущность, создание и продвижение HR-бренда современных организаций - журнал SCI-ARTICLE, № 52 07.12.2017. – 6 с.

УДК 339

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ: ТРУДНОСТИ ВЫБОРА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*А.С. Ханеня, А.В. Василевич, студенты группы 10503218 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – ведение бизнеса в Республике Беларусь является очень трудоемким процессом начиная от выбора организационно-правовой формы и заканчивая анализом плюсов и минусов того или иного вида. Существует

огромное количество организационно-правовых форм начиная от маленьких магазинов в пригороде и заканчивая огромными корпорациями.

Resume – doing business in the Republic of Belarus is a very time-consuming process, starting from the choice of the organizational and legal form and ending with the analysis of the pros and cons of a particular type. There are a huge number of organizational and legal forms, ranging from small stores in suburbs to huge corporations.

Введение. Выбор организационно-правовой формы В Республике Беларусь является одним из не лёгких вопросов для будущих бизнесменов. В стране представлен широкий выбор соответствующих форм. Перед принятием решения о выборе организационно-правовой формы следует учитывать ряд факторов. К ним относят величину инвестиций, численность учредителей, область применения [3].

Основная часть. В Беларуси существует множество организационно-правовых форм: ООО, ОАО, ЗАО, ОДО, УП, ИП, ЧУП и т.д. Преимущественно в стране встречаются ООО и ЗАО, которые являются формами частных предприятий в области среднего и малого бизнеса [1].

В закрытом акционерном обществе уставный капитал включает в себя акции, в то время как уставный капитал в открытом акционерном обществе объединяет в себя доли участников. Именно это и является основным различием ООО и ЗАО. Главным плюсом данных организационно-правовых форм считается то что участники несут полную ответственность в размере внесенных ими вкладов. Учредители могут со стороны привлекать иные инвестиции. В ООО между учредителями складываются закрытые отношения. В данной организационно-правовой форме возможно ограничение приёма в общество других участников. Достичь этой цели можно благодаря введению в устав общества с ограниченной ответственностью запрета на передачу своей доли другим.

В ЗАО нет возможности в полной мере запретить появление новых участников. Основным ограничением в большинстве случаев является покупка акций для продажи другим лицам. При этом передача акций даром разрешена. Устав общества не предусматривает одобрение учредителей и самого ЗАО на передачу акций другим лицам и участникам общества. Из этого следует, что ЗАО гораздо доступнее для других лиц.

В свою очередь важным отличием ООО от ЗАО является то, что участник ООО имеет право уйти из общества в любой момент. При этом он имеет право обязать выплатить его долю, но такого рода выход может навредить активам общества. Место участников ООО может различаться. Законодательством предусмотрено предоставление обществом дополнительных прав и обязанностей путем принятия подходящих положений в устав. Вся информация об участниках общества находится в учредительном договоре. В ЗАО информация об участниках прописана в реестре акционеров. Можно выделить ряд плюсов и минусов ООО И ЗАО. К плюсам

ООО относятся: в ООО не для чего осуществлять эмиссию, так как общество не занимается выпуском акций; участника общества можно исключить через суд; свобода ведения бизнеса.

К плюсам ЗАО относятся: отсутствие выхода из акционерного общества; акционер может свободно распоряжаться собственными акциями; высочайшая конфиденциальность владения бизнесом. Минусы ООО: лишение собственности при выходе из общества; все заработанные деньги принадлежат обществу; протоколирование решений; сложная ликвидация. Минусы ЗАО: высокий уровень штрафов и пошлин; сложность с ликвидацией; трудность в принятии единого решения [2].

Заключение. Таким образом, были рассмотрены наиболее распространённые организационно-правовые формы частных предприятий. При выборе следует ссылаться на преимущества и недостатки. В Республике Беларусь при ныне действующем законодательстве всякий предприниматель по собственному желанию имеет право выбора организационно-правовой формы. При этом следует рассчитывать на опыт специалистов, работающих в области рыночных отношений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Организационно-правовые формы предприятий в Республике Беларусь: сравнительный анализ преимуществ и недостатков; выбор и обоснование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bestreferat.ru/referat-126990.html> - Дата доступа: 10.03.2021.
2. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk9800218> – Дата доступа: 10.03.2021.
3. Русак Е.С. Экономика предприятия: Курс лекций.– Мн.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2004.

УДК 004

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

*А.С. Шаркова, магистрант группы 258001 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент А.А. Коган*

Резюме – в рамках данной статьи были рассмотрены проблемы, с которыми столкнулся малый и средний бизнес в условиях пандемии. Огромное количество предприятий понесло убытков, тяжелее пришлось малому и среднему бизнесу. Многие компании стали банкротами и перестали осуществлять свою деятельность, но, несмотря на это, есть предприятия, которые не только смогли адаптироваться к условиям, но и улучшить своё финансовое состояние.

Resume – within the framework of this article, the problems faced by small and medium-sized businesses in the context of a pandemic were considered. A huge number of enterprises suffered losses, it was harder for small and medium-