

Особенностью СЭЗ "Гродноинвест" является и то, что резиденты СЭЗ уплачивают НДС по общему правилу. А если учесть близость СЭЗ "Брест", где льгота по этому налогу (да и по некоторым другим) установлена, то логично предположить, что преимущество при решении вопроса об инвестициях их собственник отдаст СЭЗ "Брест".

При исчислении чрезвычайного налога резиденты СЭЗ сталкиваются с проблемой ведения раздельного учета не только выручки, но и затрат. Было бы целесообразно вести раздельный учет только выручки, так как раздельный учет затрат влечет за собой большую вероятность ошибок.

Требуется доработки законодательная норма по исчислению налога на недвижимость, так как становится непонятно, зачем размещать офисные помещения в границах СЭЗ (обязательное условие для регистрации в качестве резидента СЭЗ), если они не подпадают под льготу по налогу на недвижимость.

Законодательство Республики Беларусь предусматривает единственную схему производства: предприятие как единый производственный комплекс. Подобный подход не предусматривает инвестиционный проект в СЭЗ как последовательное размещение и специализацию производственного процесса с созданием юридически самостоятельных подразделений, что заранее делает невыгодным его реализацию, так как специальный правовой режим распространяется лишь на одно из звеньев этого процесса.

СЭЗ "Гродноинвест" призвана внедрять новые, более высокотехнологические процессы производства. Законодательные преграды на пути инвестиций должны быть установлены только для недобросовестных инвесторов и не должны мешать развитию серьезного бизнеса.

ЖЕНСКИЙ БИЗНЕС

Фомина М.М.

Студентка 3 курса

Бобруйский филиал БГЭУ

Руководитель: Кузьменок З.И.

Есть объективные социальные и психологические причины, мешающие женщине заниматься бизнесом. Первая причина — это семья и дети. Реально дело выглядит так: наиболее преуспевающие «бизнес-вумен», отдаваясь работе, как правило, теряют семью или вообще не выходят замуж. Вторая причина — сформированность в обществе определенного стереотипа: семья у женщины должна быть на первом месте.

Для белорусских женщин эти причины также являются актуальными. Причем, сложившаяся в РБ структура распределения численности работающих по категориям персонала создают мужчинам более успешные стартовые позиции в процессе перехода от высших управленческих должностей в государственном секторе экономики к среднему и крупному бизнесу в ходе разгосударствления и приватизации крупных и средних промышленных, торговых и других предприятий. Анализ показывает, что среди специалистов во всех отраслях экономики

преобладают женщины, а среди руководителей – мужчины. Это свидетельствует о том, что женщины по своей квалификации могут быть управляющими предприятиями различных форм собственности.

Удельный вес женщины в численности работников кооперативов, малых предприятий и ОАО в сфере торговли и общественного питания 38,9%, а совместных предприятий этих же отраслей 39%. На предприятиях торговли и общественного питания государственной и негосударственной формы собственности их удельный вес составляет 73,2 %, в сфере услуг населению 13,4%.

В последнее время среди предпринимателей появилось не мало и женщин, которых можно разделить на две группы: владельцы малых частных предприятий и индивидуальные предприниматели, в большинстве своем “челноки”. В обеих группах преобладают женщины со средним техническим и высшим образованием (90,7% респондентов).

Среди причин, побудивших белорусских женщин заняться бизнесом, преобладают следующие: желание самореализовываться – 36,1%; обрести независимость – 34%; возможность заработать денег – 33%, желание иметь собственный бизнес – 30%.

По мнению женщин-предпринимателей, основными причинами, препятствующими, развитию частного бизнеса являются, прежде всего, нестабильное законодательство (81,4% респондентов) и большое количество налогов и частые изменения налоговой системы (60%),

Женщины-предприниматели предполагают, что развитию частного бизнеса и повышению его эффективности будет способствовать финансовая поддержка, программы микрокредитования (54,7%), регулярные консультации по юридическим, бухгалтерским и экономическим вопросам (53,6%), обмен опытом с белорусскими и иностранными коллегами (44,3%), доступ к информации о рынках и товарах (43,3%), организация специальных курсов и тренингов (25,8%).

Выделяют ряд преимуществ женщин-предпринимателей по отношению к мужчинам:

- более развитая интуиция. Женщины обычно быстрее и точнее понимают, что от них ждёт деловой партнёр;
- больше шансов оказаться на высоте в деловом конфликте с мужчиной, так как другие мужчины подсознательно пытаются встать на защиту, принимая её точку зрения;
- легче завоевать авторитет у подчинённых. Дело в том, что любой из нас стремится доверять своему лидеру, при этом подсознательно легче доверится женщине, чем мужчине (т.к. человек с рождения испытывает бесконечное доверие к матери);
- более настойчивы в достижении поставленных целей и если идут на риск, то как говорится семь раз отмерив;
- лучше слышат своих деловых партнёров;
- часто относятся к делу, которым заняты, с энтузиазмом и умеют находить плюсы в своих подчинённых. А это наилучший способ воздействия на людей.

В тоже время доходы женщин-предпринимателей существенно отстают от доходов мужчин — следствие неравных стартовых возможностей. По большому счету, им, чтобы достичь тех же высот, что и мужчинам, нужно в 2-3 раза больше усилий и времени.

Но есть вид деятельности, где женщины имеют огромное преимущество перед мужчинами. Это рекламный бизнес. Там требуется нестандартное мышление. Более того, рекламное дело — это скрытое управление человеком. Женский пол в процессе эволюции в скрытом управлении преуспел. Вспомните знаменитую поговорку: «Мужчина — глава семьи, женщина — шея».

Поскольку предпринимательство является для женщин одной из форм поиска своего места под “рыночным солнцем”, экономическая стратегия государства должна включать создание необходимых условий для их образования и развития предпринимательской инициативы и творческих возможностей.

К таким условиям относятся: совершенствование системы государственных заказов субъектом малого предпринимательства; предоставление рискнувшим заняться собственным бизнесом государственных субсидий и банковских кредитов; развитие, как государственного сектора услуг, так и других форм собственности в сфере общественного питания, дошкольного и школьного образования и др.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В СТРАНАХ ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ НА ПРИМЕРЕ ПОЛЬШИ, ВЕНГРИИ И БЕЛАРУСИ

Фролова Е.Г.

Студентка 3 курса

Бобруйский филиал БГЭУ

Руководитель: Кузьменок З.И.

Малые предприятия стали неотъемлемой частью экономики большинства стран мира. Они выполняют ряд важнейших социально-экономических функций, таких как обеспечение занятости населения, формирование конкурентной среды, поддержание инновационной активности и так далее. Они имеют значительные преимущества перед крупными предприятиями: способность быстро вводить изменения в продукцию и производство в ответ на спрос местного рынка, им требуется более низкая потребность в начальном капитале. Создание и развитие предприятий этого типа служит доказательством динамизма региона и его населения. В мировой практике одним из показателей, по которому оценивается уровень развития предпринимательства, является количество жителей, приходящихся на одно негосударственное предприятие. Так, например, по этому показателю на одно предприятие в Польше приходится 27 человек.

В развитых рыночных странах объем товаров и услуг, реализуемых субъектами малого предпринимательства варьируются от 50 до 75 %, что в 5 - 7 раз выше, чем в Беларуси, а прирост новых рабочих мест практически на 100 % обеспечивает развитие данного сектора. В Беларуси, пожалуй единственной среди более развитых бывших стран социалистического лагеря в Европе, рост