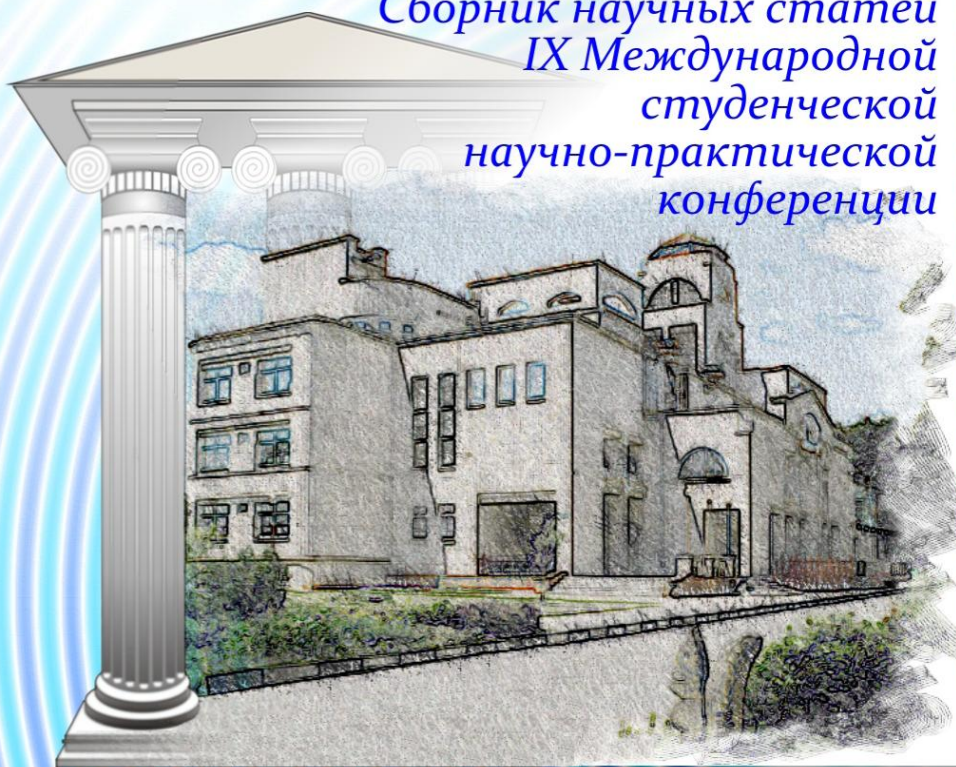




ФАКУЛЬТЕТ БИЗНЕСА И ПРАВА

«Организационно-правовое обеспечение механизма хозяйствования в сфере АПК»

*Сборник научных статей
IX Международной
студенческой
научно-практической
конференции*



Горки 2013

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И КАДРОВ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

ФАКУЛЬТЕТ БИЗНЕСА И ПРАВА

IX международная студенческая научно-практическая конференция

**«ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
МЕХАНИЗМА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В СФЕРЕ АПК»**

в рамках ежегодного мероприятия «Дни студенческой науки»
факультета бизнеса и права УО БГСХА (г. Горки, 22-25 мая 2012 года)



ГОРКИ 2013

УДК 631.145:347(063)
ББК 65.9(2)32-4:67
0641

Редакционная коллегия:

ЛЮБЕЦКИЙ П.Б. (отв. редактор), АРТЁМЕНКО С.И., ВОРОБЬЁВА Н.Ф.,
ГЕРАСИМОВИЧ А.А., ГЛУШАКОВА Н.А., ДАВЫДЕНКО С.С.,
ДУЛЕВИЧ Л.И., КРАСНОВ В.Д., КОЛЕСНЁВА Е.П., КУЗЬМИЧ А.П.,
КУНИЦКИЙ И.И., ЛАЗАРЧУК Е. А., МАТЮК В.В., МЕТРИК А.А.,
МОЖАЙСКИЙ В.В., НАПРЕЕВА Н.С., РОМАНОВА С.Ш., РАДЮК А.В.,
РЫЛКО Е.И., СЕРМЯЖКО Е.В., ФРЕЙДИН М.З.

Рецензенты:

ЧЕРНОВ А.В. – канд. юрид. наук, доцент УО БГСХА;
РЕДЬКО В.Н. – канд. экон. наук, доцент УО БГСХА

Дизайн обложки – ЕРМОЛЕНКО С.В.

0641 Организационно-правовое обеспечение механизма хозяйствования в сфере АПК: сб. науч. ст. IX международной студенческой научно-практической конференции, Горки, 22-25 мая 2012 г. / Белорус. гос. с.-х. акад.; редкол.: П.Б. Любецкий (отв. ред.) [и др.]. – Горки, 2013. – 396 с.

В сборнике материалов конференции приведены лучшие доклады участников девятой международной студенческой научно-практической конференции Белорусской государственной сельскохозяйственной академии, проходившей 22-25 мая 2012 года одновременно с Единым днём студенческой науки факультета бизнеса и права по актуальным вопросам организационно-правового обеспечения механизма хозяйствования в агропромышленном комплексе Республики Беларусь.

Результаты студенческих исследований предназначены для широкого круга читателей, интересующихся организационными, экономическими, рыночными и правовыми проблемами обеспечения механизма хозяйствования АПК.

Подготовленные по материалам научных работ студенческие статьи печатаются в авторской редакции, ответственность за их содержание несут авторы и их научные руководители. Мнение редакционной коллегии может не совпадать с мнением авторов.

УДК 631.145:347(063)
ББК 65.9(2)32-4:67

© Коллектив авторов, 2013
© Учреждение образования
«Белорусская государственная
сельскохозяйственная академия»

СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ	3
ПРЕДИСЛОВИЕ	14
КАФЕДРА ПРАВА	16
<i>Абримовна Инна Сергеевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	16
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИМИРИТЕЛЬНОЙ ПРОЦЕДУРЫ В ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СУДАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	16
<i>Аветисян Мелик Размирович, студент 2 курса, юридический институт, Томский государственный университет</i>	18
К ВОПРОСУ О ЛЕГАЛЬНОМ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПОНЯТИЯ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ	18
<i>Аветисян Мелик Размирович, студент 2 курса, юридический институт, Томский государственный университет</i>	20
ПИСЬМЕННОЕ СОГЛАСИЕ РАБОТНИКА НА ПЕРЕВОД И ЕГО КОНКЛЮДЕНТНЫЕ ДЕЙСТВИЯ	20
<i>Агеенко Екатерина Николаевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	23
СУЩЕСТВЕННЫЕ УСЛОВИЯ ДОГОВОРА ЛИЗИНГА	23
<i>Акуленец Виктория Васильевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	26
КОМПЕНСАЦИЯ МОРАЛЬНОГО ВРЕДА КАК СПОСОБ ЗАЩИТЫ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ	26
<i>Акуленец Виктория Васильевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	28
СРОК ИСКОВОЙ ДАВНОСТИ ПРИ ВОЗМЕЩЕНИИ МОРАЛЬНОГО ВРЕДА	28
<i>Аннаев Ислам Шохрадович, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	30
ПОЛУЧЕНИЕ ВЗЯТКИ: ДИСКУССИОННЫЕ ВОПРОСЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ОБЪЕКТА И ПРЕДМЕТА ПРЕСТУПЛЕНИЯ	30
<i>Аннамурадова Джамиля Сахатовна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	33
ГРАЖДАНСКИЙ ИСК В УГОЛОВНОМ ПРОЦЕССЕ	33
<i>Бендерова Анастасия Александровна, студент 3 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет имени Аркадия Кулешиова</i>	35
ДОГОВОР РОЗНИЧНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН	35
<i>Бобкова Елена Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	38
СУЩЕСТВЕННЫЕ УСЛОВИЯ ДОГОВОРА СТРОИТЕЛЬНОГО ПОДРЯДА И ПОСЛЕДСТВИЯ ИХ НЕ УКАЗАНИЯ В ДОГОВОРЕ	38
<i>Буценко Максим Николаевич, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	40
ПОСЛЕДСТВИЯ ОБХОДА АКТОВ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В ПРАВООТНОШЕНИЯХ С ИНОСТРАННЫМ ЭЛЕМЕНТОМ	40
<i>Буценко Максим Николаевич, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	43
ПРОБЛЕМЫ КОЛЛИЗИОННОГО ПРАВА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	43
<i>Варатынская Кристина Игоревна, студент 1 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	46
ПРАВА РЕБЕНКА	46
<i>Волчек Александр Сергеевич, студент 3 курса, факультет права, Белорусский государственный экономический университет</i>	48
ЗАЁМНЫЙ ТРУД – МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	48

<i>Гайдукова Наталья Евгеньевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	50
ГОСУДАРСТВЕННО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ	50
<i>Гвоздова Екатерина Николаевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	52
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПО ВОЗРАСТУ ЖЕНЩИН, РАБОТАЮЩИХ ТЕЛЯТНИЦАМИ	52
<i>Говорова Анастасия Михайловна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	54
ГАРАНТИИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	54
<i>Горовая Ольга Евгеньевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	56
ПРОКУРОРСКИЙ НАДЗОР В ГРАЖДАНСКОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ	56
<i>Горохова Наталья Николаевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	58
ОСОБЕННОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ОТПУСКОВ РАБОТНИКАМ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	58
<i>Дерягина Екатерина Анатольевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	60
ЮРИДИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПО ТРУДОВОМУ ПРАВУ	60
<i>Деченко Яна Петровна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	62
НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НОТАРИАТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ ЕГО РАЗВИТИЯ.....	62
<i>Дрыга Анна Владимировна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	63
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛИЗИНГА ДЛЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	63
<i>Зайцева Юлия Федоровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	66
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РАЗМЕЩЕНИЯ И ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	66
<i>Захарова Мария Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	68
ТРЕТЕЙСКИЕ СУДЫ КАК АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ СПОСОБ РАЗРЕШЕНИЯ СПОРОВ	68
<i>Иванова Ирина Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	71
ДОГОВОР КОМПЛЕКСНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЛИЦЕНЗИИ (ФРАНЧАЙЗИНГА).....	71
<i>Иванова Ирина Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	74
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ	74
<i>Ильянова Мария Сергеевна, студент 1 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	77
ПРАВО ГРАЖДАН НА БЛАГОПРИЯТНУЮ ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ.....	77
<i>Казакевич Ольга Ивановна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	79
РАЗГРАНИЧЕНИЕ ОСНОВАНИЙ УВОЛЬНЕНИЯ РАБОТНИКА ПО ИНИЦИАТИВЕ НАНИМАТЕЛЯ ..	79
<i>Калишников Яна Андреевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	82
ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ УНИТАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОСНОВАННЫХ НА ПРАВЕ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ	82
<i>Картави́ева Екатерина Николаевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	85
ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ПО СВОИМ ОБЯЗАТЕЛЬСТВАМ	85
<i>Кириченко Ольга Дмитриевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	87
К ВОПРОСУ О ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	87

<i>Климова Екатерина Юрьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	89
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НАНИМАТЕЛЯ ЗА НАРУШЕНИЕ ТРУДОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА	89
<i>Климова Екатерина Юрьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	91
СОЗДАНИЕ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АКЦИОНЕРНЫХ ОБЩЕСТВ В БЕЛАРУСИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ И СОВРЕМЕННЫЙ АСПЕКТЫ	91
<i>Ковалев Евгений Николаевич, студент 3 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет им. А. Кулешова</i>	93
ТРЕТЕЙСКИЕ СУДЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	93
<i>Ковалева Татьяна Викторовна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	95
КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО.....	95
<i>Кораневская Александра Сергеевна, студент 4 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет</i>	98
СОЦИАЛЬНЫЕ ГАРАНТИИ И КОМПЕНСАЦИИ БЕЗРАБОТНЫХ	98
<i>Кочина Юлия Валерьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	100
ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ КАТЕГОРИЙ СДЕЛОК, В СОВЕРШЕНИИ КОТОРЫХ ИМЕЕТСЯ ЗАИНТЕРЕСОВАННОСТЬ АФИЛИРОВАННЫХ ЛИЦ	100
<i>Кулешова Ольга Александровна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	103
УГОЛОВНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	103
<i>Кузнецов Татьяна Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	105
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И СТРАН СНГ	105
<i>Кучерин Михаил Олегович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	107
ОБ ОГРАНИЧЕНИЯХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ .	107
<i>Кучерин Михаил Олегович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	110
РОЛЬ ДИРЕКТИВЫ ПРЕЗИДЕНТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ.....	110
<i>Лесовая Алеся Федоровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	112
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПРАВА ЧАСТНОЙ СОБСТВЕННОСТИ НА ЗЕМЛЮ	112
<i>Лойко Мария Вячеславовна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	115
ПОРУЧИТЕЛЬСТВО КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИСПОЛНЕНИЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ.....	115
<i>Малахова Юлия Андреевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	118
О НЕОБХОДИМОСТИ КОМПЛЕКСНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ИНСТИТУТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	118
<i>Малахова Юлия Андреевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	120
ЗАКЛЮЧЕНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННОГО ДОГОВОРА.....	120
<i>Миселя Наталья Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	122
ДОГОВОР КОНТРАКТАЦИИ.....	122
<i>Моисеенко Анна Леонидовна, студент 3 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет имени А. Кулешова</i>	124
ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВОСУДИЕ – РЕАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	124
<i>Мороз Екатерина Валерьевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	125
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ БЕЛУССКОГО И ИНОСТРАННОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПО ДОГОВОРУ ФРАНЧАЙЗИНГА	125

<i>Орешкина Ксения Сергеевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	127
ПРАВОВАЯ ОХРАНА ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ	127
<i>Павловская Кристина Сергеевна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	129
О СЛОЖНОСТИ ВОЗМЕЩЕНИЯ УБЫТКОВ	129
<i>Павловская Кристина Сергеевна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	132
ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ВОССТАНОВЛЕНИЯ НА РАБОТЕ ПРИ НЕЗАКОННОМ УВОЛЬНЕНИИ.....	132
<i>Петушкова Анна Александровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	133
ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КОНТРАКТА КАК ВИДА ТРУДОВОГО ДОГОВОРА.....	133
<i>Редько Ольга Николаевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	135
ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	135
<i>Семененко Екатерина Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	136
КАЧЕСТВО ТОВАРА, КАК ОСНОВНОЙ ПОКАЗАТЕЛЬ ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ.....	136
<i>Фролова Алеся Викторовна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	139
ЖИЛИЩНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ КАК ГАРАНТИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВА ГРАЖДАН НА ЖИЛЬЕ	139
<i>Фролова Алеся Викторовна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	141
ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО РЫНКА ЖИЛЬЯ НА СЕЛЕ	141
<i>Хомутиновичева Алена Игоревна, студент 2 курса, юридический факультет, Ярославский филиал Московского финансово-юридического университета</i>	144
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ	144
<i>Шевальдина Галина Владимировна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	146
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ КОЛЛЕКТИВНЫХ СОГЛАШЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	146
<i>Шимоволос Екатерина Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	149
ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМИТЕТА ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ	149
<i>Шматина Екатерина Александровна, студент 4 курса, юридический факультет, Белорусский государственный университет</i>	151
СТАНОВЛЕНИЕ ИНСТИТУТА ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА.....	151
<i>Югасева Олеся Анатольевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	153
ИМУЩЕСТВЕННОЕ СТРАХОВАНИЕ	153
<i>Яскевич Татьяна Сергеевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	156
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ И ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	156
КАФЕДРА ИСТОРИИ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА	160
<i>Артюх Елена Евгеньевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	160
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВЗИМАНИЯ НАЛОГОВ С ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	160
<i>Белова Алеся Михайловна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	162
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВЗИМАНИЯ НАЛОГОВ С ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	162

<i>Ботяновская Кристина Анатольевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	164
ОПАСНОСТИ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО БРАКА.....	164
<i>Гордеюк Екатерина Олеговна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	166
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	166
<i>Дударева Виктория Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	169
ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И ВОЗНИКНОВЕНИЯ УЧЕНИЯ О ПРАВОВОМ ГОСУДАРСТВЕ.....	169
<i>Ильянова Мария Сергеевна, студент 1 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	171
ПРАВО ГРАЖДАН НА БЛАГОПРИЯТНУЮ ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ.....	171
<i>Исаченко Елена Валерьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	174
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВЗАИМНЫХ НАЛОГОВ С ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ	174
<i>Казакова Владислава Борисовна, студент 2 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет</i>	177
РАЗВИТИЕ ПРАВΟΣОЗНАНИЯ В БЕЛОРУССКОМ ОБЩЕСТВЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	177
<i>Кожан Полина Станиславовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	179
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	179
<i>Кучерин Михаил Олегович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	181
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНСТИТУЦИОННЫХ ПРАВ И СВОБОД ГРАЖДАН В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	181
<i>Лащиновская Екатерина Олеговна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	184
ГОСУДАРСТВЕННО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	184
<i>Малеичик Екатерина Александровна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	186
ПРОФИЛАКТИКА И ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ НАЛОГОВЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ	186
<i>Логинова Мария Олеговна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	188
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ ПРЕСТУПНИКА	188
<i>Прохоревич Юлия Владимировна, студент 2 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет</i>	190
СТАНОВЛЕНИЕ ИНСТИТУТА ПРЕЗИДЕНТСКОЙ ВЛАСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	190
<i>Рандюк Евгений Анатольевич, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	192
ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ОХРАНЫ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ.....	192
<i>Тришкина Валерия Анатольевна, студент 1 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет</i>	194
ВЛИЯНИЕ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА.....	194
<i>Труханович Елена Владимировна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	197
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	197

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА **200**

<i>Алексеев Александр Владимирович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	200
КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ В СИСТЕМЕ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ.....	200
<i>Алябьев Александр Витальевич, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	202
ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА.....	202
ТОВАРОДВИЖЕНИЕ В МАРКЕТИНГЕ.....	204

<i>Босякова Екатерина Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	206
ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА В ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ МАГАЗИНАХ	206
<i>Глиннистая Мария Александровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	208
СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ХЛЕБНЫХ ПАЛОЧЕК НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	208
<i>Горяинова Марина Сергеевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	210
ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОАО «ГОРЬНСКИЙ АГРОКОМБИНАТ»	210
<i>Данилюк Алексей Владимирович, студент 5 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная ака-демия</i>	211
SWOT-АНАЛИЗ КАК МЕТОД ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	211
<i>Евдокимович Евгения Сергеевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	214
АНАЛИЗ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ ХЛЕБОПРОДУКТОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	214
<i>Колеснёв Иван Викторович, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	216
ОЦЕНКА ИНТЕНСИВНОСТИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ОВОЩЕЙ ЗАЩИЩЁННОГО ГРУНТА ...	216
<i>Костенкова Татьяна Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	219
ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РУП «КЛИМОВИЧСКИЙ ЛИКЕРО-ВОДОЧНЫЙ ЗАВОД» ПО РАЗВИТИЮ ПРОИЗВОДСТВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ ТОВАРОВ	219
ВЕС	220
<i>Крицкая Татьяна Николаевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	221
ТОРГОВЛЯ КАК ОТРАСЛЬ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА СТРАНЫ	221
<i>Курбанов Силап Ягшысахатович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	223
РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ КАК РЫНОЧНАЯ КАТЕГОРИЯ	223
<i>Лагун Ольга Михайловна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	225
ДЕГУСТАЦИЯ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ	225
<i>Леташкова Анастасия Валерьевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	227
КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА АГРОТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	227
<i>Можар Юрий Васильевич, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	229
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА «СЛОДЫЧ».....	229
<i>Павлова Наталья Александровна, студент 3 курса, Бобруйский филиал, Белорусский государственный экономический университет</i>	232
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	232
<i>Панько Ольга Игоревна, студент 3 курса, Бобруйский филиал, Белорусский государственный экономический университет</i>	235
АНАЛИЗ ЧУВСТВЕННОСТИ ПРИБЫЛИ К ИЗМЕНЕНИЯМ ЦЕНЫ И СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ.....	235
<i>Петрова Дарья Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	237
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И СБЫТА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	237
<i>Пинчук Ольга Дмитриевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	239
РЕКЛАМА КАК СОСТАВНОЙ ЭЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА	239

<i>Притульчик Инна Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	241
АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «ПРУЖАНСКИЙ МОЛОКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИЙ КОМБИНАТ».....	241
<i>Пучкова Юлия Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	243
ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	243
<i>Радькова Юлия Петровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	244
АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА ПРОДУКЦИИ.....	244
<i>Раманова Наталья Валерьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	246
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ МСТИСЛАВСКОГО ХЛЕБОЗАВОДА	246
<i>Ризванова Нигора Розиевна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	247
ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	247
<i>Рябенко Валентина Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	250
ИССЛЕДОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ, СТИМУЛИРУЮЩИХ СБЫТ ТОВАРОВ В МАГАЗИНАХ ГОРЕЦКОГО РАЙПО	250
<i>Свирковская Елена Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	252
РОЛЬ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА В КОМПЛЕКСЕ ПРОДВИЖЕНИЯ.....	252
<i>Свирковская Елена Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	254
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕТОДОВ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ СБЫТА.....	254
<i>Ставинова Лидия Олеговна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	257
ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА ОАО «ЛЕПЕЛЬСКИЙ МОЛОЧНОКОНСЕРВНЫЙ КОМБИНАТ»	257
<i>Тарасова Виктория Александровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	260
АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОАО «АГРОКОМБИНАТ «ЮБИЛЕЙНЫЙ».....	260
<i>Тарасова Татьяна Александровна, магистр, факультет информационных технологий, Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства (филиал г. Пенза)</i>	261
РЕДИЗАЙН САЙТА КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ РЫНКА РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСА WWW.IRR.RU.....	261
<i>Тимошенко Елена Сергеевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	262
ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ СБОРА МАРКЕТИНГОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	262
<i>Тимошенко Елена Сергеевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	265
МIX-МЕТОДИКИ КАК ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ	265
<i>Цяглова Марина Юрьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	267
АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «КАЗИМИРОВСКИЙ ОПЫТНО-ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ ЗАВОД» НА ОСНОВЕ АВС-АНАЛИЗА	267
<i>Шабанова Кристина Владимировна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	269
РОЛЬ МОДЕЛИРОВАНИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ	269
<i>Шарнёва Марина Александровна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	271
ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ ОАО «БАБУШКИНА КРЫНКА»	271

<i>Шпаковский Егор Михайлович, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	273
АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ БРЕНДА СМОЛЕВИЧСКОЙ БРОЙЛЕРНОЙ ПТИЦЕФАБРИКИ	273
<i>Шпилевская Евгения Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	276
ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ЭЛЕМЕНТ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ.....	276
<i>Шпилевская Евгения Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	278
ИЗУЧЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ	278
<i>Щербакова Екатерина Юрьевна, магистр, факультет информационных технологий, Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства (филиал г. Пенза)</i>	279
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ	279
<i>Ошкевич Александр Петрович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	281
БРЕНДИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ ТЕХНОЛОГИЯ	281

КАФЕДРА АГРОБИЗНЕСА **285**

<i>Андреюк Юлия Васильевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	285
ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РИСКИ В ПЛОДОВООВОЩНОМ ПОДКОМПЛЕКСЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	285
<i>Богодяж Антон Петрович, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	287
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК НА ОСНОВЕ ОПТИМИЗАЦИИ АССОРТИМЕНТА И ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ.....	287
<i>Бондарева Евгения Петровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	289
<i>Бурдыко Елена Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	290
РАЗРАБОТКА И ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ АПК.....	290
<i>Валиев Вали Алхан Оглы, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	292
ОЦЕНКА И ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА ФИРМЫ НА ЦЕЛЕВОМ РЫНКЕ	292
<i>Вероха Людмила Михайловна, магистр, экономический факультет, Гродненский государственный аграрный университет</i>	294
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ХРАНЕНИЯ КАРТОФЕЛЯ.....	294
<i>Гранит Елена Викторовна, студентка 3 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	297
СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	297
<i>Дацкевич Галина Валерьевна, студент 4 курса, факультет бухгалтерского учета, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	299
ЛИЗИНГ КАК КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК	299
<i>Дацкевич Галина Валерьевна, студент 4 курса, факультет бухгалтерского учета, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	302
ЛИЗИНГ КАК СРЕДСТВО ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕОСНАЩЕНИЯ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ.....	302
<i>Денисова Елена Владимировна, эколого-мелиоративный факультет, Волгоградский государственный аграрный университет</i>	304
ВЛИЯНИЕ КАДАСТРОВОЙ ОЦЕНКИ ЗЕМЕЛЬ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	304
<i>Дубинец Анастасия Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	307
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ АПК НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА	307

<i>Жудро Кристина Петровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	309
ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ	309
<i>Жук Елена Александровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	310
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «ЛЮБАНСКИЙ СЫРОДЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»	310
<i>Зубрицкая Наталья Геннадьевна, студент 3 курса, экономический факультет, Гродненский государственный аграрный университет</i>	313
СКОЛЬКО ПОЛУЧАЮТ БЕЛОРУСЫ	313
<i>Ковальчук Дарья Юрьевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	316
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗЕРНОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА	316
<i>Казарез Марина Васильевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	317
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И СБЫТА ПРОДУКЦИИ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА	317
<i>Казарез Марина Васильевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	318
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И СБЫТА ПРОДУКЦИИ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ	318
<i>Картавнева Екатерина Григорьевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	320
РОЛЬ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	320
<i>Ковар Наталья Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	322
ОБЪАСНОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ВЫПУСКА И КАНАЛОВ СБЫТА ТОВАРОВ ОАО «КАЛИНКОВИЧИХЛЕБОПРОДУКТ».....	322
<i>Кулахметова Зулфия Сябитовна, студент 3 курса, финансово-экономический факультет, Саратовский государственный аграрный университет имени Николая Ивановича Вавилова</i>	324
НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО РЕГИОНА	324
<i>Курачева Анастасия Петровна, студент 2 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	327
ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ И ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ АПК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	327
<i>Лешкова Дарья Александровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	329
КАЧЕСТВО ТОВАРА КАК ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ФАКТОР ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	329
<i>Литинская Кристина Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	330
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ И ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	330
<i>Лодырева Анастасия Алексеевна, студент 1 курса, факультет экономики и управления, Пензенский государственный университет</i>	333
ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК.....	333
<i>Максимчик Анна Андреевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	335
ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ КОРМОВЫХ ДОБАВОК В СПК ИМЕНИ ДЕНЬЩИКОВА.....	335
<i>Петрова Дарья Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	337
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА И СБЫТА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	337
<i>Сабирова Гузалия Ринатовна, студентка 3 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	339
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	339

<i>Самодедов Степан Григорьевич, студент 2 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	342
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ	342
<i>Слагода Полина Анатольевна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	345
БИОГАЗОВАЯ УСТАНОВКА, РАБОТАЮЩАЯ НА СОБСТВЕННЫХ ОТХОДАХ ПТИЦЕВОДСТВА, КАК ИСТОЧНИК ДЕШЕВОЙ ЭНЕРГИИ	345
<i>Слагода Полина Анатольевна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	347
РАЗРАБОТКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ФИЛИАЛА «СЕРВОЛЮКС АГРО» СОВМЕСТНОГО ЗАКРЫТОГО АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «СЕРВОЛЮКС»	347
<i>Соловьёва Наталья Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	349
ВАЖНОСТЬ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПЕРЕРАБОТКИ МОЛОКА	349
<i>Туровец Екатерина Сергеевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	352
УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК	352
<i>Чечко Лидия Михайловна, студент 2 курса, экономический факультет, Гродненский государственный аграрный университет</i>	353
АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА НА ОТДЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	353
<i>Щуцлакова Ольга Валентиновна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	356
ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ СБЫТА ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ	356
<i>Яскевич Алина Юрьевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	357
КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО УПРАВЛЕНИЮ РОЗНИЧНЫМ ТОВАРООБОРОТОМ И ПРИБЫЛЬЮ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	357

КАФЕДРА ИСТОРИИ И КУЛЬТУРОЛОГИИ **359**

<i>Алексенко Анжелика Александровна, студент 3 курса, финансово экономический факультет, Саратовский государственный аграрный университет имени Н. Вавилова</i>	359
ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ РОССИИ	359
<i>Каикан Дарья Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	361
СТАНОВЛЕНИЕ БЕЛУССКОГО АГРОЭКОТУРИЗМА И ЕГО ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	361
<i>Колеснёв Иван Викторович, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	363
ФОРМИРОВАНИЕ И СТАНОВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГА АГРОТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ – НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ТУРИЗМА	363
<i>Кривошеева Анна Юрьевна, студент 1 курса, факультет агроэкологического, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	365
СТРАНИЦЫ ИСТОРИИ ДЕРЕВНИ ТЕРЕХОВКА	365
<i>Малей Татьяна Михайловна, студент 1 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	367
ИСТОРИЧЕСКИЙ И ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ АГРОЭКОТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ (ПО МАТЕРИАЛАМ ВЕРХНЕДВИНСКОГО РАЙОНА ВИТЕБСКОЙ ОБЛАСТИ)	367
<i>Нестеренко Анастасия Сергеевна, студент 1 курса, агроэкологический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	369
РОДНИКИ ПАМЯТИ КРИЧЕВСКОЙ ЗЕМЛИ	369
<i>Рябенко Валентина Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	371
ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ БРЕНДОВ Г. МОГИЛЕВА И ОБЛАСТИ	371

<i>Сасалина Алёна Валерьевна, студент 4 курса, экономический факультет, Белгородская государственная сельскохозяйственная академия</i>	373
ПРОБЛЕМЫ ТРУДОУСТРОЙСТВА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ.....	373
<i>Симако Марина Владимировна, студент 1 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	375
СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ АГРОЭКОТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ	375
<i>Смоленцева Таисия Юрьевна, студент 3 курса, экономический факультет, Московский государственный университет имени М. Ломоносова</i>	377
КРЕСТЬЯНСКАЯ ОБЩИНА КАК ИСТОРИЧЕСКАЯ ОСНОВА РАЗВИТИЯ СЕЛА	377
<i>Темнышова Виктория Александровна, эколого-мелиоративный факультет, Волгоградский государственный аграрный университет</i>	380
КУЛЬТУРНЫЕ ЛАНДШАФТЫ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ, КАК ОБЪЕКТ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ	380
<i>Федосенко Евгений Ильич, студент 1 курса, агрономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	382
СТРАНИЦЫ ИСТОРИИ ДЕРЕВНИ ТЁМНЫЙ ЛЕС	382
<i>Шалдаева Татьяна Николаевна, студент 1 курса, агрономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	384
ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ АГРОГОРОДКА ГОРЫ	384
<i>Шарило Елена Владимировна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	387
ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ МОГИЛЕВЩИНЫ - РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА	387
<i>Шарило Елена Владимировна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия</i>	389
ПРИРОДНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МОГИЛЕВСКОГО КРАЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА	389

АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ	392
АВТОРЫ СТАТЕЙ.....	392
НАУЧНЫЕ РУКОВОДИТЕЛИ АВТОРОВ СТАТЕЙ.....	394

ПРЕДИСЛОВИЕ

Учреждение образования «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» является старейшим и ведущим профильным ВУЗом, в связи с чем уделяет большое внимание научно-исследовательской работе студентов. На факультете бизнеса и права результаты этой работы рассматриваются и оцениваются на ежегодном факультетском мероприятии «Дни студенческой науки». Проводимая в его рамках студенческая научно-практическая конференция «Организационно-правовое обеспечение механизма хозяйствования в сфере АПК» в 2012 году приобрела статус международной.

Для подготовки и проведения конференции был создан оргкомитет в следующем составе:

ГАВРИЧЕНКО Н.И., проректор по научной работе, председатель, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

КОЛЕСНЁВА Е.П., декан факультета бизнеса и права, сопредседатель, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

ГОРНОВСКИЙ А.А., заведующий Бюро НИРС, зам. председателя, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

ЛЮБЕЦКИЙ П.Б., заместитель декана факультета бизнеса и права по научной работе, зам. председателя, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

ВОРОБЬЕВА Н.Ф. – доцент кафедры маркетинга, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

ГЕРАСИМОВИЧ А.А., заведующий кафедрой истории государства и права, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

ГЛУШАКОВА Н.А., заведующая кафедрой истории и культурологии, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

ГОРДЕЕВ Ю.А., начальник научно-исследовательского отдела филиала ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса» в г. Смоленске (Российская Федерация);

ДУЛЕВИЧ Л.И. – доцент кафедры агробизнеса, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

КРАСНОВ В.Д., заведующий кафедрой права, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

КУЗЬМИЧ А.П. – старший преподаватель кафедры права, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

ЛАЗАРЧУК Е.А. – старший преподаватель кафедры права, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

МИЦКЕВИЧ Антоний, заведующий кафедрой экономики окружающей среды и агробизнеса, Западнопоморский технологический университет в Щецине (Польша);

ФРЕЙДИН М.З., заведующий кафедрой агробизнеса, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь);

ЧЕРНОВ А.В. – доцент кафедры права, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (Республика Беларусь)

Конференция призвана стимулировать научное общение и самостоятельные исследования студентов экономических и юридических специальностей. Все заявки на участие и статьи принимались с помощью специально разработанной интерактивной автоматической системы управления конференцией по адресу: <http://conf.baa.by> или альтернативному адресу <http://confstudbaa.no-ip.info>. Конференция предусматривала два типа участия: очное участие (выступление с докладом на секции и публикация статьи) предназначено только для студентов факультета бизнеса и права УО БГСХА; заочное участие (публикация статьи без выступления на секции).

22 – 25 мая 2012 года конференция проводилась в девятый раз и в ней приняли участие более 300 студентов и магистрантов из 50 городов и 23 ВУЗов Беларуси, России, Туркменистана и Казахстана. Исследования студентов 2 и 3 курса ориентированы в ос-

новном на изучение теоретических аспектов экономики, маркетинга, коммерческой деятельности и права, опыта и эффективности функционирования отраслей и организаций АПК. Научные работы студентов 4 курса носят, как правило, прикладной характер и имеют вид законченного исследования, по результатам которого предложены рекомендации, нацеленные на увеличение эффективности хозяйствования конкретным организациям АПК, выступившим в качестве объектов исследований.

Секция	Название / Направления работы
№1	Актуальные проблемы хозяйственного права, хозяйственного и гражданского процесса
№2	Актуальные проблемы гражданского, семейного и международного частного права
№3	Актуальные проблемы земельного, аграрного, экологического и трудового права
№4	Актуальные проблемы уголовного права и процесса, прокурорского надзора и судоустройства
№5	Актуальные проблемы истории государства и права на современном этапе
№6	Совершенствование товарной, ценовой и сбытовой политики операторов рынка потребительских товаров
№7	Использование технологий маркетинговых исследований, продвижения и брендинга в рыночной деятельности предприятий
№8	Организация маркетинговой деятельности и стратегическое управление маркетингом на предприятии
№9	Совершенствование коммерческой деятельности предприятий обрабатывающей промышленности АПК
№10	Совершенствование коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий АПК
№11	Историко-культурные аспекты развития сельских территорий

В рамках студенческой научно-практической конференции работало 10 секций на 4 кафедрах факультета бизнеса и права. По результатам работы конференции к I категории отнесено 11 научных работ, а ко II и III категории – по 10 работ.

КАФЕДРА ПРАВА

СЕКЦИИ

№1 «Актуальные проблемы хозяйственного права, хозяйственного и гражданского процесса»

№2 «Актуальные проблемы гражданского, семейного и международного частного права»

№3 «Актуальные проблемы земельного, аграрного, экологического и трудового права»

№4 «Актуальные проблемы уголовного права и процесса, прокурорского надзора и судостройства»

Абросимова Инна Сергеевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Лазарчук Е.А., ст. преподаватель каф. права

Актуальные вопросы примирительной процедуры в хозяйственных судах Республики Беларусь

Актуальность. Проблема эффективного и быстрого разрешения конфликтов является острой для современной системы государственного правосудия. С уверенностью можно сказать, что в настоящее время она получает все большую актуальность в связи с развитием в ряде стран альтернативных методов урегулирования споров – посредничества (медиации), консилиации (процедура примирения), а также некоторых связанных с ними некоторых других.

По уже имеющемуся опыту проведения посреднических процедур можно сделать вывод о том, что они результативны и поэтому набирают всё большую популярность, а это в свою очередь свидетельствует об актуальности исследуемой темы.

Методика и содержание исследования. Методологическую основу исследования составляет диалектический, структурно-функциональный, сравнительно-правовой методы, методы грамматического, логического и системного толкования правовых норм, а также формально-юридический метод познания.

Согласительная (примирительная) процедура является самостоятельным средством разрешения споров в области международной торговли наряду с такими признанными способами урегулирования как

арбитражное или судебное разбирательство, третейское посредничество, третейская экспертиза и собственно переговоры заинтересованных сторон. Имея своей целью дружеское разрешение возникающих между сторонами споров, с помощью независимой (негосударственной) третьей стороны – посредника, согласительная процедура относится к альтернативным, внесудебным способам разрешения споров.

Как показывает мировая практика, применение посредничества способствует стабильности в экономических отношениях между сторонами в споре, что оказывает благотворное влияние на развитие экономики в целом. Можно с уверенностью отметить, что посредничество несёт в себе очевидную пользу для субъектов хозяйствования, так как сохранение отношений с партнёрами по бизнесу в современных условиях, когда рынок становится всё более цивилизованным, приобретает особую значимость в сфере предпринимательской деятельности.

Сильным стимулом для применения данной процедуры являются следующие преимущества:

возврат 50 процентов уплаченной государственной пошлины при урегулировании спора в целом. При урегулировании спора частично от 50 процентов уплаченной государственной пошлины производится возврат в сумме, пропорциональной размеру требований, по которым достигнуто соглашение;

самостоятельность в выборе вариантов разрешения спора в отличие от непредсказуемости для сторон решения судьи;

возможность неограниченного в пределах установленного месячного срока количества встреч с участием посредника для обсуждения волнующих сторон взаимоотношений;

возможность обсудить все интересы и мотивы, которые имеют значение для сторон, даже если в судебном процессе они не играют никакой роли и выходят за рамки исковых требований;

конфиденциальность любой обсуждаемой информации;

сохранение деловых партнёрских отношений и взаимовыгодного сотрудничества в будущем;

отсутствие проигравшей стороны, поскольку выигрывают обе стороны;

выработка модели взаимодействия для разрешения будущих разногласий;

добровольное выполнение принятых стороной обязательств дополнительное обеспечение исполнения достигнутого соглашения;

гарантия возможности обращения к принудительному исполнению достигнутого соглашения;

возможность последовательного и конструктивного диалога;

возможность сохранить своё время, потому что судебный процесс по сравнению с посредничеством может длиться гораздо дольше.

Указанные и иные меры позволили бы реализовать огромный потенциал медиации в урегулировании конфликтов. Несомненно, что институт посредничества является весьма перспективным и заслуживает

пристального внимания и дальнейшего развития. Также судебная медиация хозяйственных судов может лечь в основу развития ее в общих судах, в семейных делах, в школах, внутри коммерческих структур и общественных объединений, и в целом внесудебной медиации.

Полученные результаты. На основании проведенного исследования можно выделить следующие проблемы и соответственно внести предложения по развитию института посредничества в Республике Беларусь:

1. Дополнить Хозяйственный процессуальный кодекс Республики Беларусь отдельной статьей, которая содержала бы понятие примирительной процедуры – процедура, «которая может именоваться соглашительной, посреднической или обозначаться термином аналогичного смысла, и в рамках которой стороны просят третье лицо (лиц) («примирителя» – the conciliator) оказать им содействие в попытке достичь мирного урегулирования их спора, возникшего из договорных или иных правоотношений либо в связи с ними».

2. Существенным недостатком хозяйственного процессуального законодательства Республики Беларусь является отсутствие такого рода унифицированного документа, который детально регулировал бы примирительную процедуру в хозяйственном судопроизводстве. Поэтому с целью воспитания специалиста-медиатора (примирителя) и обеспечения культуры ведения примирительной процедуры желательно принять отдельный нормативный правовой акт, содержащий понятие «примиритель», требование к личности и порядку его назначения и деятельности.

Аветисян Мелик Размирович, студент 2 курса, юридический институт, Томский государственный университет

Научный руководитель – Баранов А.В., ст. преподаватель каф. теории и истории государства и права, административного права

К вопросу о легальном определении понятия реального сектора экономики

Актуальность. В российском законодательстве не содержится определения реального сектора экономики. Однако термин «реальный сектор экономики» употребляется в различных нормативных правовых актах, в особенности это характерно для стратегического планирования и правового регулирования экономики в условиях экономического кризиса.

Методика и содержание исследования. Реальный сектор экономики – понятие экономическое. В экономической литературе понятие реального сектора определяется обычно через относящиеся к нему отрасли экономики. Прежде всего, это промышленность, сельское хозяйство, строительство и транспорт.

Однако куда важнее рассмотреть, как раскрывается понятие реального сектора экономики в законодательстве. Несмотря на то, что об-

щего определения этого понятия в законодательстве нет, в некоторых нормативных актах, в частности посвященных антикризисным мерам, указывается на необходимость поддержки прежде всего хозяйствующих субъектов реального сектора и перечисляются относящиеся к нему отрасли экономики. Здесь можно назвать Постановление ГД ФС РФ от 23 октября 1998 г. № 3157-П ГД «О Программе законодательных мер, направленных на преодоление экономического и финансового кризиса в Российской Федерации», в котором были определены меры по стимулированию реального сектора экономики. В частности, в числе организаций реального сектора экономики, в отношении которых были установлены стимулирующие меры, в указанном Постановлении названы следующие организации и сферы хозяйственной (экономической) деятельности: предприятия и организации оборонно-промышленного комплекса; производственные организации; производители импортозамещающих товаров; предприятия легкой промышленности и лесопромышленного комплекса; предприятия, имеющие стратегическое для экономики России значение; сфера недропользования; организационно-государственный сектор экономики, состоящий преимущественно из крупных вертикально интегрированных государственных научно-производственных компаний, холдингов, финансово-промышленных групп, сформированных в основном по отраслевому принципу. Также в качестве стимулирующих мер были названы: содействие созданию на базе небольших и средних предприятий акционерных обществ работников (народных предприятий); осуществление финансового оздоровления сельхозтоваропроизводителей, реструктуризация задолженности предприятий агропромышленного комплекса перед федеральными бюджетом и внебюджетными фондами.

Другой пример – «Основное направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2012 год и период 2013 и 2014 годов». Банк России в данном документе указал, что, учитывая уроки финансово-экономического кризиса, он намерен уделять пристальное внимание вопросам финансовой стабильности. Их особая актуальность состоит в том, что банковская система является основным звеном передачи сигналов из области денежно-кредитной политики в реальный сектор экономики. А что понимать под реальным сектором экономики – вопрос открытый.

Кроме того, например, в пункте 4.1 Программы антикризисных мер Правительства Российской Федерации на 2009 год в общем плане говорится о поддержке реального сектора, а в пункте 4.2 перечисляются отдельные отрасли экономики, подлежащие поддержке: промышленность, сельское хозяйство, агропромышленный комплекс, транспорт, строительство. Однако четкого закрепления рассматриваемого понятия и в этом нормативно-правовом акте не содержится.

Однако такую ситуацию, когда используются понятия, содержание которых в том же нормативно-правовом акте не раскрывается, вряд ли можно назвать редкостью для российского законодательства. В боль-

шинстве таких случаев подобного рода допущение едва ли можно назвать пробелом или ошибкой законодателя. Следует признать, что использование по аналогии норм иных актов, где содержание определенных понятий раскрыто в достаточной мере, вполне логично и обоснованно (но только в том случае, если в это понятие вкладывается один и тот же смысл). Нет смысла повторять дефиниции, копируя их за одного акта в другой. К сожалению, ситуация с понятием «реальный сектор экономики» – не тот случай, поскольку соответствующую норму-дефиницию в законодательстве найти в настоящее время не представляется возможным.

Отсутствие определения содержания термина «реальный сектор экономики», бесспорно, не способствует последовательной реализации правовых норм, относящихся к реальному сектору, создает почву для нарушений законодательства. Конечно, правовые нормы нарушаются главным образом не из-за нечеткости понятийного аппарата, а по другим причинам. Так было, например, в случае неправомерного использования банками бюджетных средств, выделенных для поддержки реального сектора в условиях кризиса, когда банки использовали эти средства для различных спекуляций в целях собственного обогащения. Однако четкое законодательное определение понятия реального сектора экономики, несомненно, помогло бы, наряду с другими мерами, борьбе с подобными правонарушениями, всевозможными злоупотреблениями и способствовало бы строгому и неукоснительному соблюдению законодательства.

Полученные результаты. В законодательстве термин «реальный сектор экономики» применяется обычно без разъяснения его содержания. Поэтому представляется необходимым установить четкое законодательное определение понятия реального сектора как совокупности отраслей экономики, относящихся к сфере материального производства. Ведущее значение среди них имеют промышленность и сельское хозяйство. Именно эти отрасли более всего пострадали при переходе от плановой к рыночной модели экономики. Как представляется, для развития реального сектора в настоящее время важны программирование и прогнозирование социально-экономического развития, инновационное развитие, модернизация и технологическое обновление производственной сферы.

Аветисян Мелик Размикович, студент 2 курса, юридический институт, Томский государственный университет

Научный руководитель – Евстигнеева Л.А., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. трудового права и права социального обеспечения

Письменное согласие работника на перевод и его конклюдентные действия

Актуальность. Трудовой кодекс Российской Федерации неоднократно в своих нормах предусматривает обязанность работодателя при

совершении различных юридически значимых действий получать письменное согласие работника. В частности, такая процедура предусматривается по общему правилу в ч.1 ст. 72.1 в случае перевода работника на другую работу. Очевидно, что письменному согласию работника Трудовой кодекс РФ придает большое значение. Думается, данное обстоятельство помогает наиболее эффективно защищать права работников и облегчает доказывание при трудовых спорах. Аналогичная норма присутствует и в Трудовом кодексе Республики Беларусь (ч.2 ст. 30). Однако возникает вопрос: может ли письменное согласие работника быть заменено его конклюдентными действиями, т.е. такими действиями, которые выражают его волю, но не в форме устного или письменного волеизъявления, а поведением, по которому можно сделать заключение о таком намерении? Эта проблема имеет важное теоретико-практическое значение, а ее решение вызывает значительный интерес уже потому, что как в литературе, так и в судебной практике не сложилось однозначного ответа.

Методика и содержание исследования. При переводе конклюдентные действия работника на первый взгляд могут рассматриваться как его волеизъявление. Однако, вопрос о возможности признания законным перевода, осуществленного без получения письменного согласия работника, если он добровольно приступил к выполнению другой работы, требует более детального рассмотрения. Как уже отмечалось, однозначного ответа здесь нет. По общему правилу как для перевода работника на другую постоянную работу, так и при временном переводе необходимо получить письменное согласие работника. Наличие или отсутствие согласия на перевод является обязательным условием законности действий работодателя, которое подлежит проверке судом в случае возникновения трудового спора (см., например, Постановление президиума Санкт-Петербургского городского суда от 02.07.2009 N 44Г-111). Согласие работника на любой вид перевода на другую работу должно быть получено работодателем до издания приказа (распоряжения) о переводе, в противном случае будет отсутствовать правовое основание для издания такого локального акта. Если перевод работника осуществлен работодателем с соблюдением всех требований закона, но работник отказывается от выполнения работы в результате такого перевода, такой отказ работника может быть признан нарушением трудовой дисциплины, а невыход на работу – прогулом. Именно по этой причине рассматриваемый факт имеет первостепенное значение.

Исходя из буквального толкования нормы («только с письменного согласия»), мы можем прийти к выводу, что отсутствие письменного согласия фактически ведет к отсутствию всех правовых последствий перевода работника. Однако такое толкование нормы отнюдь не во всех случаях служит защите прав «слабой» стороны – работника. В таких случаях часто обращаются к судебной практике и, в частности и особенности, к указаниям высших судов. К сожалению, в Постановле-

нии Пленума Верховного Суда РФ от 17.03.2004 N 2 «О применении судами Российской Федерации Трудового кодекса Российской Федерации» разъяснений по данному вопросу не содержится. Однако ранее, в п. 12 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 22.12.1992 N 16 «О некоторых вопросах применения судами Российской Федерации законодательства при разрешении трудовых споров», указывалось, что если перевод осуществлен без получения письменного согласия работника, но он добровольно приступил к выполнению другой работы, такой перевод может считаться законным. Но данное Постановление утратило силу. В связи с этим следует обратить внимание на то, что предыдущее Постановление ВС РФ было актуально в большей части по отношению к Кодексу законов о труде РФ и действовало лишь около двух лет после вступления в силу ТК РФ. В частности, ч. 1 ст. 25 КЗоТ РФ требовала получения согласия работника на перевод, не уточняя, в какой форме это согласие может быть выражено. Именно это и позволило Пленуму Верховного Суда РФ признать законность получения согласия на перевод конклюдентными действиями. Но в ч. 1 ст. 72.1 Трудового кодекса РФ (в отличие от КЗоТ РФ) прямо указывается необходимость получения именно письменного согласия. Факт добровольного выполнения работником другой работы, естественно, письменным согласием не является. Все это позволяет сделать вполне обоснованный вывод о незаконности перевода работника на другую работу без письменного согласия, даже если он добровольно приступил к ее выполнению. И действительно, некоторые специалисты считают, что если перевод осуществлен без письменного согласия работника, он не может считаться законным, даже если работник приступил к новой работе. Другие полагают, что письменное согласие не нужно, если работник приступил к выполнению другой работы, то есть действиями подтвердил свое волеизъявление, даже если оно не выражено в письменной форме, а работодатель допустил работника к выполнению работы.

Как представляется, такая процедура получения письменного согласия работника в наибольшей степени соответствует общим принципам правовой системы России, в том числе международным, включенным составной частью в нее. Согласно ч. 1 ст. 37 Конституции Российской Федерации труд свободен; каждый имеет право свободно распоряжаться своими способностями к труду, выбирать род деятельности и профессию. Свобода труда обеспечивается в том числе запретом принудительного труда, под которым согласно Конвенции МОТ № 29 от 28 июня 1930 года относительно принудительного или обязательного труда понимается всякая работа или служба, требуемая от какого-либо лица под угрозой какого-либо наказания и для которой это лицо не предложило добровольно своих услуг (п. 1 ст. 2).

Полученные результаты. Итак, современное российское трудовое право не знает правила о согласии на перевод путем совершения конклюдентных действий, а аналогия с заключением трудового договора

из-за фактического допущения к работе представляется невозможной. Как представляется, следует согласиться с теми авторами, которые не признают законным (соответствующим закону) перевод без получения письменного согласия. Однако сразу следует оговориться, что если работник приступил к выполнению другой работы добровольно (ведь рассматриваемая норма закона носит гарантийный характер, защищая работников от принудительного труда), то такие действия следует рассматривать как осуществленные в его интересе и в соответствии с его волей, поэтому в таких случаях работодатель уже не сможет ссылаться на отсутствие правовых последствий перевода. Добровольность, в частности, предполагает достаточную информированность работника о новых условиях. На это, например, обращено внимание в Определении Верховного Суда РФ от 31 октября 2008 г. N 25-В08-9. Однако здесь важно отметить, что даже в том случае, если сотрудник приступил к новой работе добровольно, но при этом не согласен с новыми условиями или считает, что при переводе нарушаются его интересы, он имеет право обратиться в органы разрешения трудовых споров, а его конклюдентные действия не будут рассматриваться как согласие, поскольку такая процедура перевода нарушает императивную норму закона. Поэтому письменное согласие работника следует рассматривать и как гарантию прав и интересов работодателя, ведь получение такого согласия полностью исключит возможные споры, о которых указывалось выше.

*Агеенко Екатерина Николаевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Рылко Е.И., ассистент каф. права*

Существенные условия договора лизинга

Актуальность. В соответствии с ч. 1 ст. 402 ГК Республики Беларусь существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законодательстве как существенные, необходимые или обязательные для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. Поскольку договор финансовой аренды (лизинга), как и другие договоры, считается незаключенным, если между сторонами не достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора, имеет смысл говорить о том, что следует внимательно подходить к составлению договора и закреплению существенных условий в законодательстве.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – выделение круга существенных условий договора лизинга, закреплённых в законодательстве Республики Беларусь. При анализе законодательства использовались формально-юридический и сравнительно-правовой методы научного познания.

В Республике Беларусь, исходя из Положения о лизинге от 4 июня 2010 г. № 865, существенными условиями договора лизинга являются:

- предмет лизинга (его наименование, количественные и иные характеристики, позволяющие определенно установить имущество, подлежащее передаче в лизинг);
- указание на сторону, осуществляющую выбор предмета лизинга и продавца;
- контрактная стоимость предмета лизинга;
- размер либо порядок определения размера, способ и периодичность уплаты лизинговых платежей в соответствии с условиями договора;
- цена договора лизинга либо порядок ее определения;
- условие о сроке лизинга.

Рассмотрим более подробно каждое из существенных условий договора финансовой аренды (лизинга).

Договор лизинга, как и ни один договор не может быть заключен без указания на предмет договора, так как предмет договора определяет тип и характер условий заключаемого договора.

Контрактная стоимость предмета договора лизинга указывается в договоре в целях расчета лизинговых платежей, осуществления и отражения хозяйственных операций при исполнении договора лизинга. Это позволяет говорить о контрактной стоимости предмета договора лизинга как о существенном условии.

Цена договора лизинга, как существенное условие, определяется сторонами при заключении договора. Цена договора лизинга включает в себя: совокупность лизинговых платежей и выкупной стоимости, если по условиям договора предусмотрен выкуп предмета лизинга.

Заключение договора лизинга без указания срока или на неопределенный срок не допускается, поскольку в зависимости от срока договора определяется периодичность и размер лизинговых платежей.

Указание на сторону, осуществляющую выбор предмета лизинга и продавца можно отнести к существенным условиям договора лизинга, поскольку от этого зависит, каким образом будет решаться вопрос о претензиях, касающихся обнаруженных дефектов оборудования, которые относятся к основным его характеристикам. Так отнесение данного условия к существенным позволит в дальнейшем исключить возникновение проблем и споров между лизингополучателем и лизингодателем, а так же между лизингополучателем и продавцом.

В.В. Витрянский пишет о том, что наряду с вышеперечисленными существенными условиями необходимо выделять еще и объем передаваемых прав собственности на предмет лизинга; наименование места и указание порядка передачи предмета лизинга; порядок балансового учета предмета лизинга; порядок содержания и ремонта предмета лизинга и другие условия [1, с. 278].

Однако с его мнением можно и не согласиться. Поскольку условие об объеме передаваемых прав собственности можно считать ничтож-

ным, так как предмет лизинга, передаваемый во временное владение и пользование лизингополучателю, является лизингодатель, поэтому говорить об объеме передаваемых прав в договоре лизинга излишне.

На наш взгляд, условие о наименовании места и указании порядка передачи предмета лизинга также нельзя отнести к существенным, так как оно может не зависеть от лизингодателя. Зачастую не сам лизингодатель передает предмет лизинга, чаще за передачу предмета лизинга ответственен продавец данного имущества.

Условия о порядке балансового учета предмета лизинга являются значимыми в договоре лизинга, однако в Республике Беларусь этот порядок закреплен в Инструкции о порядке бухгалтерского учета лизинговых операций утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30 апреля 2004 г. № 75. Инструкция устанавливает порядок отражения в бухгалтерском учете лизинговых операций для коммерческих и некоммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей, принявших решение о ведении бухгалтерского учета. Это говорит о нецелесообразности закрепления данного условия в договоре финансовой аренды (лизинга) в качестве существенного.

Порядок содержания и ремонта предмета лизинга так же не целесообразно относить к существенным условиям. Эти вопросы регулируются нормами Гражданского кодекса и являются частью общих положений об аренде, что относит его к ряду обычных условий. В силу этих правил лизингодатель (арендодатель) обязан производить за свой счет капитальный ремонт переданного имущества, а лизингополучатель (арендатор) обязан производить за свой счет текущий ремонт и нести расходы на содержание имущества.

Полученные результаты. Так включение в договор условий об объеме передаваемых прав собственности на предмет лизинга; наименовании места и указании порядка передачи предмета лизинга; порядке балансового учета предмета лизинга; порядке содержания и ремонте предмета лизинга, может привести к неоправданному расширению круга существенных условий. Включение в договор лизинга второстепенных условий, что может ухудшить положение стороны, добросовестно исполняющей свои обязательства, и не способствует стабильности договорных связей.

Таким образом, существенными условиями договора лизинга являются условия о предмете лизинга, контрактной стоимости предмета лизинга, цены договора лизинга либо порядке ее определения, условия о сроке лизинга, а так же условие об указании на сторону, осуществляющую выбор предмета лизинга и продавца. Включение этих условий в договор финансовой аренды (лизинга) как существенных позволяет быстро разрешить возникшие у сторон проблемы, связанные с лизинговыми правоотношениями.

*Акуленец Виктория Васильевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права*

Компенсация морального вреда как способ защиты гражданских прав

Актуальность. Институт компенсации морального вреда для гражданского законодательства является новым, сложным, находящимся только на стадии становления и развития, социально-правовым явлением, требующим всестороннего и глубокого теоретического осмысления, законодательного совершенствования и эффективного применения. Особое значение такое исследование приобретает в связи с провозглашением Республики Беларусь демократическим, социально-правовым государством, с конституционным закреплением права каждого гражданина на судебную защиту и взыскание в соответствии с законом как имущественного ущерба, так и компенсации морального вреда.

Нужно отметить и тот факт, что юридическая теория и практика Республики Беларусь развиваются в контексте общеевропейских тенденций, результатом чего явилось признание необходимости защиты не только имущественной, но и нравственной сферы человека, т.е. компенсации причиненного морального вреда.

Методика и содержание исследования. Компенсация морального вреда предусмотрена нормами ст. 152 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее - ГК Республики Беларусь). Норма данной статьи указывает на то, что если гражданину причинен моральный вред (физические или нравственные страдания) действиями, нарушающими его личные неимущественные права либо посягающими на принадлежащие гражданину другие нематериальные блага, а также в иных случаях, предусмотренных законодательством, гражданин вправе требовать от нарушителя денежную компенсацию указанного вреда.

Исследование соответствующей правовой нормы, судебной практики и доктринальных источников предопределяет необходимость, как представляется, законодательного закрепления следующего определения морального вреда: «Моральным вредом является причинение гражданину физических и (или) нравственных страданий в результате противоправных действий (бездействий), нарушающих его личные неимущественные права либо посягающих на принадлежащие потерпевшему другие нематериальные блага или имущественные права».

Четкого законодательного закрепления требует и принцип презумпции претерпевания морального вреда, суть которого состоит в том, что гражданин, в отношении которого совершены противоправные действия (бездействие), нарушающие его личные неимущественные права или посягающие на иные нематериальные блага либо имущественные права, признается претерпевшим моральный вред, если

совершивший противоправное действие (бездействие) не докажет обратное.

Для совершенствования и устранения недостатков института компенсации морального вреда на перспективу, на наш взгляд, необходимо так же:

- более конкретно определить сущность и место данного правового института в системе гражданского права;
- сформировать цели, принципы и функции действий данного правового института;
- выработать и законодательно закрепить четкую правовую концепцию института компенсации морального вреда в Республике Беларусь. Основу этой концепции должно составить положение о том, что всякое противоправное нарушение личных неимущественных благ и существенное нарушение имущественных прав гражданина влечет претерпевание потерпевшим морального вреда, подлежащего компенсации. Данное положение следует закрепить в гл. 58 ГК Республики Беларусь;
- внести изменения в ст. 152 ГК Республики Беларусь, в соответствии с которыми суд всегда должен учитывать наличие вины или ее отсутствие у причинителя вреда, а при наличии вины - учитывать ее степень (умышленная вина, грубая неосторожность, легкая неосторожность);
- необходимо законодателю дать понятия «индивидуальных особенностей», употребленных в ст. 970 ГК Республики Беларусь;
- расширить § 4 «Компенсация морального вреда» гл. 58 ГК Республики Беларусь за счет включения в него дополнительно соответствующих статей, касающихся правил о порядке исчисления размеров компенсации морального вреда.

Полученные результаты. Исходя из результатов изучения и анализа норм законодательства, судебной практики и доктринальных источников, аргументированным представляется вывод о том, что противоречивость и несогласованность в законодательстве, его частые изменения и дополнения, допускаемые ошибки в судебной практике явились результатом отсутствия целостной концептуальной основы, касающейся компенсации морального вреда, а также неоднозначности подходов в теории относительно понятия, критериев определения размера, формы компенсации и т.д. Для решения этих вопросов предлагается с учетом современных представлений о защите прав человека унифицировать в этой области действующее законодательство Республики Беларусь, сосредоточив соответствующие правовые нормы в ГК Республики Беларусь.

*Акулець Вікторыя Васільевна, студэнт 4 курса, факультэт бізнеса і права, Беларускай дзяржаўнай сельскагаспадарчай акадэміі
Навучны кіраўнік – Кузьміч А.П., ст. прафэсар кафедры права*

Срок іскавой давности при возмещении морального вреда

Актуальность. Возмещение морального вреда является одним из требований, вытекающих из нарушения личных неимущественных благ. Возможность компенсации морального вреда напрямую зависит и от сроков совершения правонарушения. Соответственно, более подробного анализа требует проблема применения к требованиям о компенсации морального вреда института исковой давности.

Методика и содержание исследования. Исковой давностью в соответствии со ст. 196 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК Республики Беларусь) признается срок для защиты права по иску лица, право которого нарушено. Общий срок исковой давности устанавливается в 3 года. Для отдельных видов требований законодательными актами могут устанавливаться специальные сроки исковой давности, сокращенные или более длительные по сравнению с общим сроком. Правила ст. 199 - 208 ГК Республики Беларусь распространяются также на специальные сроки давности, если законодательными актами не установлено иное.

Законодатель повторяет это еще раз потому, что в отношении требования о возмещении вреда, причиненного жизни или здоровью гражданина, законодатель предусматривает специальные правила о неприменении исковой давности. Он вводит здесь ограниченное неприменение исковой давности: требования, предъявленные по истечении трех лет с момента возникновения права на возмещение такого вреда, удовлетворяются за прошлое время не более чем за три года, которые предшествовали предъявлению иска. Значит, исковая давность применяется к этим требованиям в той их части, которая находится за пределами общего давностного срока. Законодатель, учитывая permanently проявившийся результат неправомерного действия, предоставляет здесь потерпевшему возможность в любой момент устранить в ограниченных тремя годами пределах негативные последствия нарушения его неимущественных прав. Но эту цель можно было бы достичь, например, следующим изложением ст. 209 ГК Республики Беларусь: «Исковая давность не распространяется на требования о защите личных неимущественных прав и других нематериальных благ, кроме случаев, предусмотренных законом. Однако требования о возмещении вреда, причиненного жизни или здоровью, предъявление по истечении срока давности, удовлетворяются не более чем за три года, предшествовавшие предъявлению иска...».

В соответствии с п. 7 ст. 153 и ст. 14 ГК Республики Беларусь индивидуальной предприниматель, о хозяйственной (экономической) деятельности которого распространены сведения, порочащие его деловую репутацию, вправе наряду с требованием об опровержении таких

сведений потребовать возмещения убытков и морального вреда, причиненных их распространением. На требования о возмещении убытков распространяется срок исковой давности, установленный статьей 197 ГК Республики Беларусь, а на требования о защите своей деловой репутации в сфере предпринимательской и иной хозяйственной (экономической) деятельности и в случае, если порочащие ее сведения распространены в отношении деятельности обособленного структурного подразделения этого юридического лица срок исковой давности не распространяется.

В постановлении Пленума Верховного Суда Республики Беларусь № 15 «О практике рассмотрения судами гражданских дел о защите чести, достоинства и деловой репутации» говорится, что в соответствии с п. 1 ст. 209 ГК Республики Беларусь и исходя из положений п. 7 ст. 153 ГК Республики Беларусь на требования об опровержении сведений, порочащих честь, достоинство или деловую репутацию гражданина или деловую репутацию юридического лица, а также на требования гражданина о компенсации морального вреда срок исковой давности не распространяется. Верховный Суд Республики Беларусь в постановлении Пленума Верховного Суда Республики Беларусь «О практике применения судами законодательства, регулирующего компенсацию морального вреда» № 7 почти дословно воспроизвел формулировку ст. 209 ГК Республики Беларусь о нераспространении исковой давности «на требования, вытекающие из нарушения личных неимущественных прав и других нематериальных благ, кроме случаев, предусмотренных законодательными актами». Поскольку честь, достоинство, деловая репутация являются нематериальными благами, то в случае распространения недостоверных сведений, порочащих честь, достоинство, деловую репутацию гражданина либо деловую репутацию юридического лица, опороченные лица не ограничены сроками предъявления иска в свою защиту.

Дискуссия по вопросу о необходимости установления срока исковой давности по делам о защите нематериальных благ ведется среди ученых и в настоящее время. По мнению некоторых авторов, отсутствие срока исковой давности по данной категории дел является «гарантией защиты чести и достоинства независимо от времени обращения в суд». В то же время другие высказываются за введение срока исковой давности. Так, профессор М.А.Федотов утверждает, что разумный срок исковой давности для данной категории дел поможет устранить «возможность требовать опровержения спустя много лет после публикации, когда может уже и не быть на свете ни автора, ни свидетелей, ни доказательств». О.Пырцак полагает, что «отсутствие срока исковой давности приводит к тому, что в определенный момент ответчик остается без каких-либо средств защиты, а истец может злоупотребить этим, приводя необоснованные опровержения и защищая, таким образом, честь и достоинство, которых у него, возможно, и не было».

Как представляется, срок исковой давности по таким спорам все же необходимо ввести. Обусловлено это тем, что, во-первых, распространитель информации сталкивается со сложностью обеспечения постоянного хранения доказательств истинности распространенных им сведений. По прошествии длительного времени после распространения информации усложняется поиск свидетелей, сами свидетели могут недостаточно точно помнить о сущности событий, с течением времени более вероятно также и утрата письменных доказательств. Все это может привести к злоупотреблениям со стороны истцов, которые смогут подавать иски по прошествии значительного количества времени с момента распространения сведений, будучи практически уверенными, что у ответчика не сохранилось каких-либо доказательств.

Во-вторых, установление срока исковой давности способствует установлению стабильности и определенности в правоотношениях, поскольку в противном случае распространивший сведения всегда находится в неведении о намерениях лица подать против него иск.

В-третьих, факт необращения в суд за защитой чести, достоинства, деловой репутации на протяжении длительного времени зачастую свидетельствует о том, что истец не считает, что распространенные сведения опорочили его честь, достоинство, деловую репутацию, либо не уверен, что имеет достаточно доказательств в обоснование своей точки зрения.

Полученные результаты. Таким образом, законодателю целесообразно было бы установить срок исковую давность на право обращения в суд за защитой чести, достоинства, деловой репутации, что будет стимулировать лиц, чья честь, достоинство, деловая репутация были опорочены, защищать нарушенные права, а не откладывать это «на потом». Следуя же из правоприменительной практики, на сегодняшний день такой срок исковой давности по искам не ограничен. Граждане и юридические лица могут обратиться с иском о защите чести, достоинства и деловой репутации, а также заявить требование о компенсации морального вреда в любое время.

*Аннаев Ислам Шохрадович, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Рылко Е.И., ассистент каф. права*

Получение взятки: дискуссионные вопросы определения объекта и предмета преступления

Актуальность. Получение взятки – одно из самых опасных и распространенных преступлений против интересов службы. Изучение и анализ юридической литературы по рассматриваемой теме позволяет сделать вывод о том, что взяточничество – интернациональная проблема, которая свойственна всем странам, независимо от политического устройства и уровня экономического развития. Высокая степень

общественной опасности данного преступления заключается в том, что оно подрывает принципы государственного управления, равенства и социальной справедливости, дискредитирует авторитет государственной власти в глазах населения, подрывает у граждан уверенность в защищенности их прав, значительно ущемляет их интересы.

Учитывая высокую степень общественной опасности данного преступления, его рост, важно сосредоточить усилия на ограничении сферы его проявлений, снижении степени его влияния, минимизации вредных последствий. А для этого необходимо более тщательно исследовать данное преступление, выявить проблемы и трудности, возникающие в ходе применения норм, предусматривающих уголовную ответственность за получение взятки.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является рассмотрение дискуссионных вопросов по проблеме получения взятки и, основываясь на законодательстве, анализе научной литературы и правоприменительной практики, высказать собственные предложения по обозначенной проблематике.

Методологическую основу исследования составили логический метод, анализ, синтез, оценка.

К наиболее дискуссионным вопросам получения взятки относятся: объект и предмет данного преступления; Рассмотрим подробнее каждое из них.

Одним из наиболее спорных вопросов является вопрос об объекте получения взятки. Рассматривая его, следует отметить, что с учетом исторического развития нашего общества подход к определению объекта данного преступления претерпевал определенные изменения и подвергался широкой дискуссии.

Так, по мнению Б.В. Здравомыслова, родовым объектом должностных преступлений являлась совокупность социалистических общественных отношений, составлявших содержание деятельности советского государственного и общественного аппарата. Такая точка зрения была наиболее распространенной в тот период развития теории уголовного права, ее придерживались и белорусские ученые. Вместе с тем многие считали такое определение чрезвычайно широким и абстрактным.

В настоящее время нормы уголовной ответственности за получение взятки размещены в главе 35 “Преступления против интересов службы” Уголовного кодекса Республики Беларусь. В эту главу законодатель включил только те преступные деяния должностных лиц, которые представляют опасность для интересов службы безотносительно к той конкретной сфере деятельности, на которую распространяется или с которой связана служебная деятельность должностного лица.

Поэтому, по мнению ряда авторов, родовым объектом преступлений против интересов службы являются общественные отношения, обеспечивающие нормальную деятельность аппарата

власти и управления. Что касается определения непосредственного объекта рассматриваемого преступления, то в этом вопросе отсутствует единое мнение. Преобладающей является точка зрения, согласно которой непосредственным объектом получения взятки являются те конкретные общественные отношения, которые составляют содержание нормальной деятельности отдельного звена государственного аппарата.

На наш взгляд, непосредственный объект представляет собой конкретное отношение, которое нарушается в сфере государственного управления. Нельзя не согласиться с Н.А. Бабием, который в качестве такового выделяет общественные отношения, определяющие порядок материального вознаграждения должностного лица за осуществление им своих служебных обязанностей. Действительно, во всех случаях совершения преступлений данного вида, в том числе и когда взяткополучатель совершает в пользу взяткодателя вполне законные действия и даже такие, которые он обязан был совершить по долгу службы, порядок материального вознаграждения должностных лиц нарушается. Однако, помимо этого, полагаем, ущерб при получении взятки выражается и в подрыве авторитета и престижа органов государственного управления в глазах населения, то есть он причиняется и интересам службы.

Особое значение имеет и предмет получения взятки. В уголовно-правовой литературе этот вопрос до сих пор носит дискуссионный характер. Он представляет большую сложность для практических работников правоохранительных органов, которые сталкиваются с самыми необычными скрытыми формами взяточничества.

В теории уголовного права под предметом взятки обычно понимаются материальные ценности либо выгоды имущественного характера, принимаемые должностным лицом за использование своего служебного положения в интересах дающего такую взятку. Согласно п. 5 постановления Пленума Верховного Суда от 26 июня 2003 г. “О судебной практике по делам о взяточничестве” предметом взятки могут быть материальные ценности либо выгоды имущественного характера независимо от их стоимости, предоставляемые должностному лицу исключительно в связи с занимаемым должностным положением. Это могут быть, например, различного рода услуги, оказываемые безвозмездно либо на льготных основаниях, но подлежащие оплате.

Исходя из вышеизложенного, предмет взятки можно разделить на две большие группы:

- деньги, ценные бумаги и предметы, имеющие материальную ценность;
- выгоды имущественного характера.

Общепризнанной является точка зрения, согласно которой предмет взятки в любом случае имеет ценность, выраженную в денежной единице, и возможность его реализации. Следовательно, к предмету

взятки не относятся вещи, имеющие ценность лишь для взяткополучателя. Например, только для родственника или близкого человека являются ценными фотографии близких людей, письма, предметы обихода и т.д., не представляющие исторической значимости, которые не могут быть оценены в денежном выражении.

Полученные результаты. На основании изложенного можно сделать следующие выводы:

1. Научные точки зрения в вопросе об объекте получения взятки разнятся. Полагаем необходимым считать непосредственным объектом рассматриваемого преступления конкретные отношения, которые нарушаются в сфере государственного управления: порядок материального вознаграждения должностных лиц и интересы службы.

2. Предметом взятки являются различные материальные ценности, блага, услуги, выгоды, которые носят имущественный характер и предоставляют получателю материальную выгоду.

*Аннамурадова Джамия Сахатовна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Шапневский В.М., ст. преподаватель каф. права*

Гражданский иск в уголовном процессе

Актуальность. Институт гражданского иска в уголовном процессе всегда привлекал внимание ученых-процессуалистов. В числе связанных с ним проблем обсуждался вопрос о расширении пределов иска в уголовном процессе в целях восстановления не только имущественных, но и иных охраняемых законом прав и интересов граждан. Высказывались предложения рассматривать в уголовном процессе регрессные требования о возмещении средств, затраченных на лечение потерпевших от преступления, не только государству, но в оговоренных случаях и другим лицам. Неоднозначно мнение ученых и относительно применения гражданского процессуального закона при рассмотрении гражданского иска в уголовном процессе, поскольку эти отношения не урегулированы нормами Уголовно-процессуального кодекса Республики Беларусь.

Методика и содержание исследования. Методологическую основу работы в рамках системного подхода составили субъектно-объектный, структурно-функциональный, логический методы исследования, а также методы анализа и синтеза.

Одним из средств устранения преступных последствий выступает в уголовном процессе предъявление гражданского иска.

В соответствии со ст. 2 Уголовно-процессуального кодекса Республики Беларусь (далее – УПК), одной из основных задач уголовно-процессуального закона является обеспечение законных прав и интересов физических и юридических лиц, которым преступлением причинен физический, имущественный или моральный вред.

УПК Республики Беларусь предоставляет суду возможность рассматривать в уголовном процессе гражданские иски физических и юридических лиц, а также прокурора о возмещении физического, имущественного или морального вреда, причиненного непосредственно преступлением или предусмотренным уголовным законом общественно опасным деянием невменяемого.

Полученные результаты. Гражданский иск в уголовном процессе – это требования лица, которому преступлением причинен физический, имущественный, моральный вред, о его компенсации в полном объеме установленным законом способом.

Преступления нередко нарушают имущественные и личные неимущественные права граждан и юридических лиц. Следовательно, уголовно-процессуальная деятельность должна быть направлена не только на установление фактических обстоятельств преступления и лица, его совершившего, но и на устранение в рамках возможного преступных последствий. Возмещение материального ущерба, причиненного преступлением, имеет важное значение в борьбе с корыстными и должностными преступлениями, способствует воспитанию граждан в духе бережного отношения к сохранности имущества, обеспечивает защиту имущественных прав и интересов граждан, общественных объединений, предприятий, учреждений, организаций различных форм собственности.

Правом на судебную защиту обладают граждане Республики Беларусь, иностранные граждане и лица без гражданства. В установленном законом порядке это право принадлежит как отечественным юридическим лицам, так и иностранным организациям. Судебная защита, которой подлежат имущественные и личные неимущественные права, осуществляется в исковой форме.

В правовой литературе в зависимости от характера спора и вида судебной защиты, которой требует истец, выделяют:

- иски о присуждении (исполнительные иски);
- иски о признании (установительные иски);
- иски об изменении или прекращении правоотношений (преобразовательные, конститутивные иски).

Исковое производство характерно для гражданского и хозяйственного судопроизводства. Однако в случаях, когда истец требует возмещения вреда, причиненного ему преступлением, исковые требования рассматриваются и разрешаются в рамках производства по уголовному делу.

Тема гражданского иска в уголовном процессе не имеет границ, ее актуальность сохранилась и в новом УПК. Проблемы тут существовали, существуют и, видимо, будут существовать. Поэтому необходимо искать пути их разрешения. Однако это не говорит о том, что наступила пора сломать то, что создавалось до нас. Исключить институт гражданского иска из уголовного процесса означало бы создать дополнительные привилегии для обвиняемого и лишить лицо, которому в ре-

зультате преступления причинен материальный и моральный вред, предоставленных ему Конституцией Республики Беларусь гарантий. Институт гражданского иска в уголовном процессе – не чужеродное тело, а необходимый элемент, обеспечивающий реализацию одного из основных прав граждан – права на судебную защиту.

*Бендерова Анастасия Александровна, студент 3 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет имени А. Кулешиова
Научный руководитель – Грамбачева Т.Д., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. гражданского и хозяйственного права*

Договор розничной купли-продажи через интернет-магазин

Актуальность. XXI век за окном – время инновационных технологий. Сегодня Интернет стал неотъемлемой частью повседневной жизни: источником новостей, проведения досуга и общения, территорией, а также средством совершения различного рода сделок. Осуществление продаж с помощью Интернет-магазинов на сегодняшний день набирает обороты. Через Интернет можно получить полную информацию и приобрести практически любой товар, а также заказать достаточно широкий спектр услуг, даже не выходя из дома или офиса, причем в любой день недели и в любое время. Данная сфера регулируется гражданским законодательством, осуществляется с помощью договора розничной купли-продажи по образцам.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – проанализировать наиболее характерные и существенные проблемы, возникающие в связи с заключением договора розничной купли-продажи через Интернет-магазины. В работе использованы общенаучные методы анализа и синтеза.

Согласно ст. 467 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК Республики Беларусь) договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с образцами товара (его описанием, каталогом товаров и т.п.), предложенным продавцом.

Еще года 2-3 назад через Интернет-магазины, в основном, продавались компьютеры, бытовая техника, телефоны. Сейчас же все большее развитие получили магазины по продаже детских товаров, запасных частей, косметики и др. Для покупателя условия приобретения товара весьма привлекательны: более низкая цена, экономия дорогого времени и несомненное преимущество – доставка товара к порогу квартиры.

Все страны стремятся к переходу торговли посредством Интернет-магазинов, аргументируя тем, что в XXI веке-веке инноваций – это удобно, быстро и качественно.

В настоящее время интернет-магазин дает возможность начать торговую деятельность без непосильных для некоторых лиц стартовых вложений, таких как покупка или аренда торговых площадей, оборудование помещений и витрин, содержание штата продавцов. Интернет-

магазин имеет важное преимущество перед стандартным магазином: весь процесс торговли в нем полностью автоматизирован, поэтому требуется всего 1 - 2 менеджера, чтобы отслеживать его работу.

По данным Управления организации торговли и услуг Министерства торговли, в Торговом реестре Беларуси на 1 января 2012 года было зарегистрировано свыше 4 тысяч Интернет-магазинов. Для защиты прав потребителей законодательством установлено, что розничная интернет-торговля может осуществляться только через сайт, зарегистрированный в Торговом реестре Республики Беларусь. Здесь возникает проблема.

С помощью Торгового реестра Республики Беларусь законодательство ведет учет и защищает потребителя от «лжемагазинов», однако не предоставляет доступа к такому реестру. Большинство людей скептически относятся к магазинам, которые осуществляют продажу товара через Интернет. Данные магазины вызывают недоверие, вызванное различными причинами: рассказами знакомых, информацией на форумах, в политематических статьях. Неизвестно, действует ли данный интернет-магазин законно или нет. Возможно, убедившись в том, что интернет-магазин зарегистрирован в реестре, потребители смогут больше доверять ему. Это явилось бы гарантией того, что права и законные интересы их не будут нарушены. Поэтому необходимо предусмотреть вариант всеобщего доступа к Торговому реестру. Он может быть, как опубликован в статье, так и создан отдельной программой, где изменения будут вноситься по мере их поступления. Публикуемый Торговый реестр может представлять собой список наименований Интернет-магазинов, по которому с легкостью можно вычислить «черные магазины».

На практике существует еще одна проблема, вызванная недостатком деятельности Интернет-магазинов. Фактически потребитель покупает «кота в мешке». Товар нельзя реально посмотреть и потрогать, изображение товара может отличаться от истинного размера. Хотя большинство магазинов старается подробно описать товар (цвет, объем, материал) и указывать все его характеристики. Однако встречаются случаи несоответствия желаемого и действительного. Заказываешь один товар – привозят другой. «Покупателю нужно сто глаз, продавцу – ни одного».

Согласно п. 2 ст. 467 ГК Республики Беларусь договор розничной купли-продажи товара по образцу считается исполненным с момента доставки товара в место, указанное в договоре, а если место передачи товара договором не определено, – с момента доставки товара покупателю по месту жительства гражданина или месту нахождения юридического лица. Результат: товар доставили, а он не такой, каким потребитель себе его представлял. В таком случае возникает два варианта: недовольный своей покупкой покупатель оплачивает товар и забирает его себе или возвращает его обратно.

Пункт 3 ст. 467 ГК Республики Беларусь предоставляет право покупателю отказаться от исполнения договора розничной купли-продажи до передачи товара при условии возмещения продавцу необходимых расходов, понесенных в связи с совершением действий по выполнению договора.

В первом случае, приобретая товар, покупатель размышляет о том, стоит ли в следующий раз осуществлять покупку посредством Интернета, так как вещь, которую доставили совсем другая, не такая, какой он себе представлял. Во втором случае, разочаровывается в предоставленном товаре, остается без ничего и оплачивает затраты продавца. Итог: покупки нет, денег нет, настроения тоже нет.

Проведенный опрос среди граждан-потребителей (всего 35 человек) показал, что 26 человек (74,3%) остались довольны качеством предложенного товара и обслуживанием покупателя. Остальные 9 человек (25,7 %) были разочарованы и обмануты. Налицо – проблема защиты прав потребителей и ее необходимо решать.

Полученные результаты. Таким образом, требуется моделирование и создание системы контроля деятельности интернет-магазинов, возможно, с использованием таких институтов, как проведение контрольных закупок, контроль ценообразования, торговых марок и защиты прав интеллектуальной собственности, оценка качества обслуживания, контроль соблюдения правил торговли, организация учета отзывов покупателей о качестве обслуживания и другие. Альтернативой контроля и учета жалоб покупателей интернет-магазинов может быть «Республиканская книга жалоб он-лайн», содержащая в себе: наименование магазина, проблемы (дата, описание ситуации). Компетентным органам необходимо отслеживать данную информацию и проводить соответствующую работу. Решением могут служить профилактические меры.

Весьма кропотливая и дорогостоящая работа: создание электронного Торгового реестра, введение санкций за нарушение законодательства, повсеместный контроль, электронная книга жалоб. Однако со временем качество работы интернет-магазинов станет лучше и это отразится в значительном росте продаж. Можно будет говорить о том, что наша страна не отстает в тенденциях по развитию торговли посредством сети интернет, а самое главное – по качеству торговли. Возможно, уже совсем скоро потребители скептики в сфере продаж через интернет-магазин станут оптимистами и постоянными покупателями, с воодушевлением смогут говорить об изменениях в законодательстве, прогрессе развития качества интернет-продаж. А пока все остается на своих местах. Следует только надеяться, что данные предложения не останутся без внимания.

Бобкова Елена Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Лазарчук Е.А., ст. преподаватель каф. права

Существенные условия договора строительного подряда и последствия их не указания в договоре

Актуальность. Исполнение договора строительного подряда на практике часто порождает споры между сторонами. Причем споры, вытекающие из отношений строительного подряда, представляют собой сложную категорию дел. Еще на этапе ведения переговоров необходимо четко уяснить и зафиксировать требующееся для строительства время, гарантии соблюдения сроков строительства и эксплуатации принятого объекта.

Правильное соотношение существенных условий с обязательными условиями договора строительного подряда позволяет избежать споров в судебной практике по данному виду договора.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – определить существенные условия договора строительного подряда и выявить последствия их не указания в договоре.

Согласно ст. 402 ГК договор считается заключенным, если между сторонами в требуемой в подлежащих случаях форме достигнуто соглашение по всем его существенным условиям. Таковыми являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законодательстве как существенные для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. Пунктом 4 постановления Пленума Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь от 23.12.2005 г. № 33 «О некоторых вопросах рассмотрения споров, вытекающих из договора строительного подряда» (далее – постановление № 33) определено, что существенными условиями договора строительного подряда являются: условия о предмете договора; начальный и конечный сроки выполнения работ; договорная (контрактная) цена работ, устанавливаемая по результатам проведения подрядных торгов; состав и содержание проектно-сметной документации, а также указание на то, какая из сторон и в какой срок должна предоставить соответствующую документацию; условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. Например, постановлением Кассационной коллегии Высшего Хозяйственного Суда от 27.07.2005 г. по делу №331-15/04/575К были отменены решения нижестоящих судебных инстанций. В своем постановлении Кассационная коллегия указала следующее. Из содержания договора генерального подряда усматривается, что в нем отсутствуют следующие условия, названные в законодательстве как существенные для данного вида договоров. А именно, источники финансирования; распределение функций между заказчиком и подрядчиком по обеспечению объекта конструкторскими, материалами, изделиями, оборудова-

нием, инвентарем, а при необходимости – и по проектированию объекта; порядок контроля заказчиком за качеством выполняемых подрядчиком работ и поставляемых конструкций, материалов, изделий, оборудования и инвентаря.

При таких обстоятельствах в силу ч.1 п.1 ст. 402 ГК данный договор является незаключенным.

Однако п. 16 Правил заключения и исполнения договоров (контрактов) строительного подряда, утвержденных постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15.09.1998 г. № 1450 (далее – Правила), содержит требование об указании в договоре данных о сторонах, то есть реквизитов, и обязательных условий, перечень которых значительно шире приведенного выше перечня существенных условий договора. В частности, в качестве обязательных условий договора указаны: порядок расчетов между сторонами; источники финансирования; распределение функций между заказчиком и подрядчиком по обеспечению объекта конструкциями, материалами, изделиями, оборудованием, инвентарем. Вопрос о соотношении существенных условий с условиями обязательными нашел свое разрешение в актах Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь.

Так, до конца 2005 г. в практике хозяйственных судов обязательные условия, равно как и данные (реквизиты), относились к существенным условиям договора, в связи с чем их отсутствие в договоре служило причиной признания договора строительного подряда незаключенным. Однако постановлением № 33 было разъяснено, что такие данные и обязательные условия договора строительного подряда, как порядок расчетов за выполненные работы, источники финансирования, распределение функций между заказчиком и подрядчиком по обеспечению объекта конструкциями, материалами, изделиями, оборудованием, инвентарем, порядок контроля заказчиком за качеством выполняемых подрядчиком работ и поставляемых конструкций, материалов, изделий, оборудования, и инвентаря, могут быть отнесены к числу существенных условий только в том случае, если в соответствии с ч. 2 п. 1 ст. 402 ГК при заключении договора одной из сторон было заявлено о необходимости достижения соглашения и по этим данным и обязательным условиям. Следовательно, приведенные выше условия договора строительного подряда являются обязательными именно в силу их указания в качестве таковых в Правилах, однако они не являются существенными и их неуказание в договоре строительного подряда не влечет признание договора незаключенным. Впоследствии Кассационной коллегией Высшего Хозяйственного Суда в постановлении от 20.03.2006 г. по делу № 620-10/2004/157К было отмечено, что к обязательным условиям и данным следует относить те условия, которые не подлежат согласованию сторонами при заключении договора строительного подряда и не затрагивают существо договора строительного подряда. В частности, к таковым могут относиться

реквизиты сторон (юридические адреса в соответствии с учредительными документами или паспортные данные, расчетные счета обслуживающих банков, учетные номера налоговой инспекции, номера свидетельств государственной регистрации, номера и сроки действия лицензий подрядчика), которые присваиваются субъектам предпринимательской деятельности в установленном законодательством порядке. Кроме того, указанным постановлением Кассационной коллегии было отмечено, что при определении, являются ли существенными условиями для договоров строительного подряда обязательные условия и данные, перечисленные в п. 16 Правил, следует в силу ст. 402 ГК исходить из их соответствия нормам параграфа 3 главы 37 ГК, определяющим требования к предмету и условиям договора строительного подряда.

Полученные результаты. Детальная трактовка существенных условий договора строительного подряда приведена в п. 4 постановления Пленума Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь от 23 декабря 2005 г. № 33 «О некоторых вопросах рассмотрения споров, вытекающих из договора строительного подряда», согласно которому к такому относятся условия о предмете договора (наименование и местонахождение объекта строительства, виды и объемы строительных и иных специальных монтажных работ), начальный и конечный сроки выполнения работ, договорная (контрактная) цена работ, устанавливаемая по результатам проведения подрядных торгов, состав и содержание проектно-сметной документации, сведения о том, какая из сторон и в какой срок должна предоставить соответствующую документацию, а также в соответствии с ч. 2 п. 1 ст. 402 ГК все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. Необходимо отметить, существенное условие договора строительного подряда необходимо оценивать наряду с другими условиями данного договора, поскольку могут возникнуть обстоятельства, которые исключают возможность исполнения сторонами договора.

*Буценко Максим Николаевич, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права*

Последствия обхода актов законодательства в правоотношениях с иностранным элементом

Актуальность. «Обход закона» (*fraus legi, agere in fraudem legis*) – это многоаспектное, многозначное и сложное правовое понятие, зародившееся в праве Древнего Рима. Оно известно всем национально-правовым системам и наиболее широко регламентировано в нормах гражданского права. В международном частном праве механизм «обход закона» имеет свои особенности. Под ним понимают специальные

правила, корректирующие применение коллизионной отсылки. Поэтому исследование вопросов теоретического обоснования и практического применения института «обхода закона» в международном частном праве имеет особое значение как для законодателя, так и для правоприменителя (при этом особо необходимо выделить участника хозяйственных отношений).

Методика и содержание исследования. Цель исследования – установить отличительные особенности «обхода закона», которые не позволяют подменять его другими механизмами международного частного права и делать вывод о его бесполезности и устаревании. Основным методом, используемым при написании работы, является метод формально-юридического анализа.

При возможности применения норм иностранного права в отношениях с иностранным элементом у сторон может возникнуть «соблазн» обойти правовые нормы отечественного законодательства, составляющие основы национального правопорядка, содержащие императивные предписания и регулирующие соответствующие отношения независимо от подлежащего применению права.

Одним из правовых механизмов, призванных не допустить возникновения подобной ситуации, является институт «обхода закона».

В статье 1097 Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК Республики Беларусь) установлено, что «недействительны соглашения и иные действия участников отношений, регулируемых гражданским законодательством, направленные на то, чтобы в обход правил настоящего раздела о подлежащем применению праве подчинить соответствующие отношения иному праву. В этом случае применяется право соответствующего государства, подлежащее применению в соответствии с настоящим разделом».

Чтобы провести разграничение обхода закона, оговорки о публичном порядке и императивных норм, выделим последствия применения этих положений. Согласно статье 1099 ГК Республики Беларусь суд отказывается применять нормы иностранного права, по статье 1100 ГК Республики Беларусь суд применяет некие особые нормы. На основании этих статей суд определяется с применимым правом и в принципе не принимает коллизионную отсылку. Нет необходимости выяснять обстоятельства (в частности наличие умысла сторон), которые привели к применению (оговорка о публичном порядке) или к неприменению (императивные нормы) определенного права. Иностранное право не применяется в случаях, когда его применение противоречит публичному порядку. Право страны суда или иностранное право применяются независимо от коллизионной отсылки.

Процесс и последствия применения статьи 1097 ГК Республики Беларусь сконцентрированы вокруг совершенно иной проблемы – соглашения и иные действия сторон отношений с иностранным элементом признаются недействительными. Независимо от того, в рамках какой юрисдикции совершены эти соглашения и действия, рассматри-

ваемые как обход закона, в стране суда или в иностранном государстве, и не независимо от того, какое право регулирует эти действия, они являются недействительными. Применение же судом права государства, которое стороны старались избежать, является уже второстепенным вопросом. Специфика статьи 1097 ГК Республики Беларусь состоит в том, что в ней тесно переплетены коллизионный и материальный методы правового регулирования. Нет необходимости выяснять, искусственность коллизионной привязки или неприятие материальных норм, к которым она отсылает, главенствуют в механизме «обход закона». Эти обстоятельства неразделимы и для квалификации ситуации в качестве обхода закона в международном частном праве они оба должны присутствовать. В отличие от статьи 1099 и статьи 1100 статья 1097 ГК Республики Беларусь не ограничивается решением вопроса о применимом праве. Поскольку последствия применения механизма «обход закона в международном частном праве» очень серьезны, она должна применяться в исключительных случаях. Причем, на наш взгляд, область ее применения должны составлять преимущественно некоммерческие отношения.

Применение положений об «обходе закона» может быть оправдано необходимостью защиты интересов слабой стороны в договоре, потребителя, пострадавшего, работника. Особый интерес в применении правил об «обходе закона» связан с брачно-семейными отношениями с иностранным элементом. Именно применение правил об «обходе закона» может содействовать эффективной защите интересов детей, лиц, которым причитаются алименты или находящихся на иждивении. Сложно рассуждать о наличии тенденции отказа от «обхода закона» в современном международном частном праве. Нет ни одного закона, где были бы закреплены соответствующие положения.

При осуществлении предпринимательской и профессиональной деятельности оснований для применения правил об «обходе закона» меньше, поскольку в отличие от некоммерческих отношений они требуют большей осторожности и осмотрительности для сторон. В коммерческих отношениях «обход закона» могут составить действия по ограничению конкуренции, нарушению принципа добросовестности.

Налоговое планирование и учреждение оффшорной компании, выбор договорного права, предоставляющего сторонам более гибкий вариант регулирования договора – это наработанные практикой международного предпринимательства приемы использования преимуществ, которые обусловлены естественными причинами. Нет двух одинаковых стран, не может быть двух совершенно одинаковых национально-правовых систем.

Полученные результаты. Коллизия законов – ситуация естественная и неизбежная. Отношения, в которых есть иностранный элемент, могут быть более или менее связаны с тем или иным иностранным государством, поэтому суд не должен предъявлять к ним такие же требования, как к отношениям сугубо внутренним, т. е. без иностранного

элемента. Следовательно, уважая право сторон конструировать и развивать свои отношения международного характера, он не должен в них необоснованно вмешиваться. Негативные последствия использования различных в национально-правовых системах должны быть четко установлены. Стороны договора вправе избрать применимым к обязательству право государства, которое ни по национальности сторон, ни по критерию места заключения и исполнения договора никак не связано с имеющимся правоотношением. Если стороны руководствовались стремлением получить какую-то выгоду, то суд не может только на этом основании применить статью об «обходе закона». Необходимо, чтобы последствия применения оговорки о применимом праве причинили ущерб одной из сторон, третьим лицам или имели другие четко обозначенные негативные последствия.

*Буценко Максим Николаевич, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права*

Проблемы коллизионного права Республики Беларусь

Актуальность. Активизация сотрудничества между Республикой Беларусь и региональными международными организациями, участие нашей страны в различных интеграционных образованиях, а также общемировые тенденции взаимодействия и взаимозависимости экономических и правовых систем делают объективной необходимость оценки соответствия отечественного частного права международным стандартам, оптимизации национально-правового регулирования правоотношений с иностранным элементом, учета специфики, привносимой иностранным элементом в правоотношение.

Методика и содержание исследования. Цель исследования - акцентирование внимания на спорных моментах конфликтного права, в предложении новых, более адекватных подходов к коллизионно-правовому регулированию гражданско-правовых отношений с участием иностранного элемента.

Как известно, основная задача международного частного права – решение коллизионного вопроса, т. е. определение, право какого государства подлежит применению к правоотношению с иностранным элементом: (чаще всего – право страны суда или право государства принадлежности иностранного элемента). Именно поэтому международное частное право долгое время называли коллизионным или конфликтным правом. Данный термин до сих пор продолжает активно применяться в государствах англо-саксонской системы права. Использование доктриной таких терминов, как «отсылочное право» или «разграничивающее право» представляется не совсем удачным, по причине упрощения функций коллизионной нормы, снижения роли международного частного права. Слово «коллизия» в переводе с латинского языка означает «столкновение». На этом основании некоторые уче-

ные – юристы делают вывод о противоречии названия норм их основной цели – преодолении коллизии и предлагают иной термин «анти-коллизийные нормы». Такой подход упускает тот факт, что коллизийная норма не предотвращает само столкновение правовых систем как минимум двух государств, возможность различного материально-правового регулирования однородных отношений в разных государствах – объективная реальность. Процессы унификации и гармонизации минимизируют такие явления, но не ликвидируют их. Коллизийная норма направлена на устранение негативных последствий такого столкновения, на придание правоотношениям с иностранным элементом определенности и предсказуемости. В этом смысле термин «коллизийная норма» оправдан, а с учетом его общепризнанности – более чем допустим.

На устранение коллизийных проблем направлен ряд международных договоров, нормы которых посредством процедуры имплементации становятся частью национального права. Особая роль в разработке международных коллизийных норм играет Гагская конференция по международному частному праву, под эгидой которой принято около 40 конвенций по коллизийным вопросам, в 8 из которых принимало участие Республика Беларусь. Однако основным источником коллизийного права является национальное законодательство, систематизированное посредством автономной кодификации ((специальные законы (кодексы) о международном частном праве приняты в Польше, Швейцарии, Германии, Люксембурге, Лихтенштейне, Грузии, Азербайджане, Украине, Эстонии, Тунисе, Бельгии и других государствах) или посредством межотраслевой кодификации (Российская Федерация, Франция и др.). Республика Беларусь в настоящее время идет по второму пути. Коллизийные нормы сосредоточены в разделе VII «Международное частное право» Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК), в разделе VI «Применение законодательства о браке и семье Республики Беларусь к иностранным гражданам и лицам без гражданства. Применение законодательства о браке и семье иностранных государств и международных договоров» Кодекса о браке и семье Республики Беларусь, в разделе XV «Применимое право» Кодекса торгового мореплавания Республики Беларусь.

Следует с особой тщательностью пересмотреть источники белорусского коллизийного права. Сейчас согласно статье 1093 ГК применимое к правоотношениям с иностранным элементом право определяется в соответствии с нормами международных договоров, законодательства, международных обычаев. Вместе с тем, представляется целесообразным необходимость учета мнения доктрины по рассматриваемому судом вопросу международного частного права одной из самых молодых и дискуссионных отраслей права.

Проблемный вопрос представляет собой и определение системы принципов международного частного права, которая должна быть закреплена в источнике, кодифицирующем соответствующие нормы. В

каждой отрасли права действуют собственные принципы, которые отражают сущностно-содержательную специфику отрасли как структурного звена данной системы права.

Принципы являются одним из основных отраслеобразующих признаков. Это основное начало, лежащее в основе формирования, развития и функционирования права. Принципы обладают универсальностью, императивностью и общей значимостью. Четкое понимание отраслевых принципов имеет не только теоретическое, но и утилитарное значение. Они представляют собой руководящие идеи для нормотворчества, на отраслевых принципах должны быть основаны подзаконные акты. Роль принципов заключается и в помощи правоприменителю в восполнении пробелов, а также в определении содержания публичного порядка, противоречие которому служит основанием для неприменения иностранного права и признания и приведения в исполнение иностранного судебного (арбитражного) решения.

Институт публичного порядка, закрепленный как в гражданском, так и хозяйственном процессуальном законодательстве, характеризуется в высшей степени абстрактностью и неопределенностью. Именно поэтому белорусское законодательство о международном частном праве должно формулировать собственную систему основополагающих принципов, выявление, обоснование, исследование и систематизация которых должна быть целью отечественной доктрины.

Новый закон должен разрабатываться с учетом современных мировых тенденций развития международного частного права: расширение применения принципа автономии воли сторон и права, наиболее благоприятного для «слабой» стороны правоотношения; усложнение структуры коллизионной нормы, в первую очередь, увеличение количества альтернативных норм и дифференциация объема коллизионных норм. Они не должны быть «слепыми», но содержать возможность учета конкретных фактических обстоятельств. Поскольку основным назначением коллизионных норм является выбор эффективного и справедливого решения, они не могут быть незыблемыми. Коллизионное право призвано чутко реагировать на изменения, происходящие в общественных отношениях, в коммерческом обороте, под воздействием влияния научно-технического прогресса.

Полученные результаты. В исследовании в свете современных тенденций развития международного частного права анализируются основные, по мнению автора, проблемы законодательства по коллизионным вопросам Республики Беларусь. Определяются общие подходы к разработке нового белорусского законодательного акта в данной сфере. Очевидно, что автономная кодификация – весьма сложная для законодателя задача. Сложная, но актуальная и благодатная, поскольку адекватное регулирование правоотношений с иностранным элементом служит цели развития международного сотрудничества, росту авторитета Республики Беларусь на международной арене, а также призвана решить весьма важную практическую задачу – устранение сущест-

вующих пробелов и достижение единообразия в правовом регулировании всей совокупности частноправовых отношений, осложненных иностранным элементом, и правоприменительной практики.

Варатынская Кристина Игоревна, студент 1 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

Права ребенка

Актуальность. Будущее каждой нации и человечества в целом потенциально зависит от подрастающего поколения, поэтому обеспечение прав детей и их правовая защита, безусловно, являются основной задачей современности, в решении которой должно быть заинтересовано все мировое сообщество.

Методика и содержание исследования. Республика Беларусь, признавая приоритет общепризнанных принципов и норм международного права и важность международного сотрудничества для улучшения положения детей, подписала и ратифицировала Конвенцию о правах ребенка в 1990г. Став участником Конвенции, Беларусь заявила международному сообществу о своем обязательстве привести национальное законодательство в соответствие с положениями Конвенции, обеспечив тем самым правовую базу для создания в стране достойных условий жизни и реального осуществления каждым ребенком как полноправным субъектом всего комплекса конституционных прав человека без какой бы то ни было дискриминации. Принятые обязательства естественным образом обусловили необходимость разработки на национальном уровне комплексной системы мер и осуществления программ, направленных на воплощение в жизнь положений Конвенции.

В 1993г. в Беларуси – первой среди республик бывшего СССР – был принят закон «О правах ребенка», который стал своего рода национальной декларацией прав ребенка. Согласно этому закону важнейшей политической, социальной и экономической задачей Республики Беларусь является всесторонняя гарантированная защита государством и обществом детства, семьи и материнства нынешнего и будущих поколений. Настоящий Закон определяет правовой статус ребенка как самостоятельного субъекта и направлен на обеспечение его физического, нравственного и духовного здоровья, формирование национального самосознания на основе общечеловеческих ценностей мировой цивилизации. Особая забота и социальная защита гарантируется детям с особенностями психофизического развития, а также детям, временно либо постоянно лишенным своего семейного окружения или оказавшимся в других неблагоприятных условиях и экстремальных ситуациях.

Одними из основных прав ребёнка являются такие права, как неотъемлемое право на жизнь (ст. 4), на охрану и укрепление здоровья

(ст. 5), на гражданство (ст. 7), на уровень жизни и условия, необходимые для полноценного физического, умственного и духовного развития (ст. 8), право на защиту своей личности от любых видов эксплуатации и насилия (ст. 9), право на получение бесплатного образования (ст. 23), право жить в семье, знать обоих своих родителей, право на их заботу, совместное с ними проживание (ст. 15), право на получение профессии, участие в самостоятельной трудовой деятельности в соответствии с его возрастом, состоянием здоровья и профессиональной подготовкой (ст. 24) и другие.

Все дети имеют равные права независимо от происхождения, расовой, национальной и гражданской принадлежности, социального и имущественного положения, пола, языка, образования, отношения к религии, места жительства, состояния здоровья и иных обстоятельств, касающихся ребенка и его родителей. Равной и всесторонней защитой государства пользуются дети, рожденные в браке и вне брака (ст. 6).

В то же время, вместе с правами, ребенок обязан соблюдать законы государства, заботиться о родителях, уважать права и интересы других граждан, традиции и культурные ценности белорусского народа, других наций и народностей, овладевать знаниями и готовиться к самостоятельной трудовой деятельности, бережно относиться к окружающей среде, всем видам собственности (ст. 14).

Родители или лица, их заменяющие, должны создавать необходимые условия для полноценного развития, воспитания, образования, укрепления, здоровья ребенка и подготовки его к самостоятельной жизни в семье и обществе. Нарушение прав и ущемление интересов ребенка родителями или лицами, на содержании которых он находится, влечет ответственность, предусмотренную законодательством, Республики Беларусь (ст. 17).

Ребенок, оставшийся без попечения родителей, имеет право на особую заботу со стороны государства. Органы опеки и попечительства должны принимать все необходимые меры по устройству ребенка, оставшегося без попечения родителей, на воспитание в семью (на усыновление (удочерение), под опеку, попечительство, в приемную семью). Государство оказывает материальную поддержку таким семьям в соответствии с законодательством Республики Беларусь (ст. 29).

Пенсии, пособия, другие социальные выплаты и иные текущие поступления перечисляются на личный счет ребенка - воспитанника интернатного учреждения. Работники детских интернатных учреждений, совершившие антипедагогические или аморальные действия в отношении воспитанников, подлежат увольнению из этих учреждений в порядке, определенном законодательством Республики Беларусь (ст. 30).

Государство гарантирует детям-инвалидам, детям с особенностями психофизического развития бесплатную специализированную медицинскую, дефектологическую и психологическую помощь (ст. 31).

В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь от 19.01.2012 г. № 41 семьям при рождении двойни или более детей предоставляется материальная помощь независимо от величины среднедушевого дохода. Государственная адресная социальная помощь в виде социальных пособий может предоставляться в денежной наличной, денежной безналичной и натуральной формах. Идея воспитания детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, в условиях, приближенных к семейным, активно реализуется в Республике Беларусь посредством таких социальных проектов, как детские деревни и городки, детские дома семейного типа и приемные семьи.

Примером одного из таких социальных проектов стала SOS-Детская деревня в Могилёве. Социальный объект появился в Могилёве благодаря помощи Международной благотворительной организации «SOS-Киндердорф Интернациональ» (Австрия). «SOS-Детская деревня» – третий подобный проект Международной благотворительной организации «SOS-Киндердорф Интернациональ» в Беларуси. Первая SOS-Детская деревня была открыта в поселке Боровляны под Минском в 1995 году. В августе 2004 года SOS-Детская деревня начала действовать в Марьиной Горке. Всего в данном учреждении проживают и воспитываются в пяти семьях 26 детей.

Полученные результаты. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что в Республике Беларусь на законодательном уровне закреплён правовой статус ребенка, установлены принципы государственной политики, а также регламентированы обязанности родителей, государственных органов и должностных лиц, ответственных за обеспечение надлежащих условий реализации прав детей. Все это призвано способствовать физическому, духовному и нравственному развитию детей, укреплению их здоровья, образованию и подготовке к самостоятельной жизни в обществе.

Волчек Александр Сергеевич, студент 3 курса, факультет права, Белорусский государственный экономический университет

Научный руководитель – Тарасевич Н.И., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. правоведения

Заёмный труд – международно-правовое регулирование и перспективы развития в Республике Беларусь

Актуальность. Заёмный труд является относительно новым явлением в сфере применения наёмного труда, получившим в настоящее время достаточно широкое распространение во многих странах мира. При этом в Трудовом кодексе Республики Беларусь отсутствуют нормы, регламентирующие порядок использования заёмного труда, как способа опосредования трудовых отношений, что свидетельствует об актуальности исследования данного комплекса проблем.

Методика и содержание исследования. В процессе исследования автором использовались следующие методы: метод технико-

юридического анализа, статистический метод, метод сравнительного правоведения и иные.

Механизм заёмного труда подразумевает взаимодействие трех сторон: агентства занятости; организации–заказчика, т. е. физического или юридического лица, обращающегося в агентство занятости с целью поиска и подбора необходимого персонала на определенный срок, и заёмного работника, то есть лица, обратившегося в агентство занятости с целью поиска работы и трудоустройства. В соответствии с п. 1 ст. 1 Конвенции МОТ № 181 «частным агентством занятости» может считаться любое физическое или юридическое лицо, независимое от государственных органов, которое представляет одну или более услуг на рынке труда. Целью деятельности частных агентств занятости, согласно пункту 2 ст. 5 Конвенции № 181, является «оказание содействия находящимся в наиболее неблагоприятном положении трудящимся в их целях по поиску рабочего места». Таким образом, заёмный труд в самом общем виде может быть охарактеризован как труд работника, нанятого агентством и предоставленного в распоряжение третьему лицу (пользователю) для выполнения работ в пользу и под контролем последнего.

Проблемы правового регулирования данной формы трудовых отношений частично нашли своё разрешение в положениях Конвенции МОТ № 181 «О частных агентствах занятости» и Рекомендациях № 188 «О частных агентствах занятости». Вместе с тем, указанные Конвенция и Рекомендации ориентируют государства, которые ратифицировали данные международные документы, на более детальное регулирование отношений, основанных на заёмном труде, на уровне национального законодательства. Опыт конкретного применения заёмного труда в различных странах мира указывает на то, что наличие межстрановых различий и обусловленной данным фактом специфики отношений в указанной сфере, приводит, в свою очередь, к неоднозначности подходов при исследовании проблем заёмного труда.

Наибольшее число заёмных работников в странах ЕС приходится на Францию - более 623 тыс. человек. Это составляет 30 % от общего числа заёмных работников стран ЕС. На втором месте среди стран ЕС находится Великобритания. К странам с наибольшим числом заёмного труда в общей численности занятого населения относятся в первую очередь - Нидерланды, далее идут Люксембург, Франция, Великобритания и Бельгия. Менее заметное место среди занятого населения приходится на заёмный труд в Австрии, Германии, скандинавских и южноевропейских странах. С 1992 г. сектор заёмного труда демонстрировал высокую динамику развития во многих европейских странах: пятикратно он увеличился в Дании, Испании, Италии и Швеции, четырехкратно - в Австрии. Достаточно динамично развивался в последние годы сектор заёмного труда в Италии и Швеции.

Европейские страны неоднородны по набору институтов, регламентирующих и регулирующих деятельность агентств занятости, пре-

доставляющих услуги заёмного труда. Так, законодательства Дании, Швеции, Финляндии, Великобритании и в Нидерландах не предусматривают каких-либо специальных требований в отношении агентств занятости, в то время как законодательства Великобритании и Нидерландов предполагают выполнение ими специальных процедур для регулярного мониторинга данной сферы бизнеса. Среди всего набора требований, предъявляемых законодательствами стран ЕС к деятельности агентств занятости, наиболее важными являются: условия для открытия бизнеса, подтверждение финансовой стабильности (финансовые гарантии), продолжительность действия лицензии, мониторинговые процедуры и вовлечение социальных партнеров в получение лицензии и мониторинг.

Полученные результаты. Анализ международных документов, практики использования заёмного труда как формы опосредования трудовых отношений в зарубежных государствах свидетельствует о её жизнеспособности и значимости, в первую очередь, с точки зрения обеспечения большего уровня гарантий граждан в сфере занятости. В то же время в Республике Беларусь отсутствует специальное законодательство, регулирующее отношения, основанные на заёмном труде. Отсутствие норм, определяющих особенности применения заёмного труда в трудовом законодательстве Республики Беларусь сдерживает развитие данной формы занятости. С учётом изложенного, представляется необходимым дополнение Трудового кодекса Республики Беларусь и Закона Республики Беларусь от 15 июня 2006 года № 125-З (с изм. и доп. от 13 декабря 2011 года) нормами о заёмном труде, что с нашей точки зрения будет способствовать легализации данной формы опосредования трудовых отношений, используемой на практике, снижению уровня безработицы, а также повышению авторитета Республики Беларусь на международной арене.

Гайдукова Наталья Евгеньевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

Государственно-правовое регулирование экологической экспертизы

Актуальность. Тема экологической экспертизы в Республике Беларусь весьма актуальна, так как устойчивое развитие страны и отдельных регионов обеспечивается за счет реализации на практике определенных норм и правил, которые регулируют принятие решений в различных областях народного хозяйства. Одним из таких управленческих механизмов в области охраны природной среды является экологическая экспертиза, которая наряду с экологическим аудитом и оценкой воздействия на окружающую среду признана одним из наиболее эффективных рычагов рационального природопользования, что, в ко-

нечном счете, обеспечивает решение экологических проблем и учет экологической составляющей при разработке программ и планов территориального и отраслевого развития.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – исследовать нормы законодательства Республики Беларусь по экологической экспертизе и сделать предложения, направленные на совершенствование законодательства, регулирующего данную проблему. В процессе исследования были использованы такие общенаучные методы как логический, системный и научно-правовой.

Полученные результаты. Изучив и проанализировав источники по экологической экспертизе, можно сделать вывод о том, что экологическая экспертиза является обязательным элементом процесса планирования, проектирования и принятия решений о социально-экономическом развитии, осуществления хозяйственной и иной деятельности на территории Республики Беларусь. В результате проведенного исследования были выявлены некоторые неточности и несогласованности экологического законодательства в Республики Беларусь. В соответствии с ними, по нашему мнению, требуется совершенствование правового регулирования процедуры государственной экологической экспертизы по ряду направлений:

1. закрепить в Законе Республики Беларусь «О государственной экологической экспертизе» комплексное понятие экологической экспертизы, которое носит всесторонний характер и отражает многоаспектность и целостность явления. Правовое определение понятия государственной экологической экспертизы сводится к следующему: «установление соответствия или несоответствия проектной или иной документации по планируемой хозяйственной и иной деятельности требованиям законодательства об охране окружающей среды и рациональном использовании природных ресурсов». На наш взгляд, для правовой регламентации наиболее оптимальным представляется определение, отражающее её сущность: это проверка и оценка проектных решений планируемой хозяйственной и иной деятельности, реализация которых может оказать негативное воздействие на окружающую среду, на соответствие установленным в законодательстве экологическим требованиям;

2. наличие целей построенных по трехуровневой иерархии. При осуществлении экологической экспертизы преследуется ряд целей, среди которых можно выделить три уровня:

Первый уровень составляют наиболее конкретные цели: определение степени экологической опасности, определение достаточности и обоснованности мер по охране окружающей среды.

Второй уровень составляет более общая цель: предупреждение возможности неблагоприятных воздействий намечаемой деятельности на окружающую среду и связанных с ними негативных последствий.

Третий уровень образует общая цель: реализация конституционного права каждого на благоприятную окружающую среду.

Представляется обоснованным в законодательном акте закрепить цели третьего и второго порядка, а в отдельной статье этого же акта – цели первого уровня, именуя их задачами. Предложенная система позволит более полно выразить сущностную характеристику экологической экспертизы и ее социальное назначение.

3. закрепить в группе основных принципов положение о независимости экспертов при осуществлении ими своих полномочий, а также приоритет сохранения экологического равновесия, генофонда и биологического многообразия животного и растительного мира;

Реализация данных предложений, обеспечит более эффективное правовое регулирование экологической экспертизы в Республики Беларусь.

*Гвоздова Екатерина Николаевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Давыденко С.С., ассистент каф. права*

Правовое регулирование пенсионного обеспечения по возрасту женщин, работающих телятницами

Актуальность. Пенсионное обеспечение – один из важнейших и актуальных вопросов для всего населения, являющееся важной социальной гарантией стабильного развития общества. Данная гарантия непосредственно затрагивает интересы нетрудоспособного населения страны. В данном исследовании раскрываются наиболее интересные вопросы пенсионного обеспечения такой категории граждан, как женщины, работающие доярками (операторами машинного доения), телятницами, свиноводками-операторами на различных предприятиях сельского хозяйства.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – изучить и охарактеризовать законодательство, регулирующее пенсионное обеспечение по возрасту некоторых работников сельского хозяйства.

Все граждане Республики Беларусь имеют право на государственное обеспечение в старости, при инвалидности, потере кормильца и в иных случаях, предусмотренных Законом Республики Беларусь «О пенсионном обеспечении» от 17 апреля 1992 г. По закону государственные пенсии назначаются постоянно проживающим в Республике Беларусь гражданам – рабочим, служащим, членам колхозов и их семьям, а также предпринимателям, членам кооперативов и фермерских хозяйств, священнослужителям.

Согласно п. «е» ст. 12 Закона Республики Беларусь от 17 апреля 1992 г. «О пенсионном обеспечении» с последующими изменениями и дополнениями правом на пенсию по возрасту за работу с особыми условиями труда пользуются женщины, работающие доярками (операторами машинного доения), телятницами, свиноводками-операторами на различных предприятиях сельского хозяйства, – по достижении 50 лет и при стаже указанной работы не менее 20 лет при условии выполне-

ния установленных норм обслуживания. Под нормой обслуживания понимается количество голов коров, телят или свиней, закрепленных за работницей, которых она обязана обслужить в течение установленного рабочего дня (смены) в определенных организационно-технических условиях. Нормы обслуживания для назначения пенсий женщинам, работающим доярками (операторами машинного доения), телятницами, свиноводками-операторами на предприятиях сельского хозяйства по достижении ими 50 лет и при стаже указанной работы не менее 20 лет и разъяснение о порядке назначения указанных пенсий утверждены Постановлением Государственного комитета Республики Беларусь по труду и социальной защите населения, Министерства социального обеспечения Республики Беларусь, Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь от 01.12.1992 № 60 «О нормах обслуживания для назначения женщинам, работающим доярками (операторами машинного доения), телятницами, свиноводками-операторами на предприятиях сельского хозяйства».

В едином тарифно-квалификационном справочнике содержатся различные наименования животноводов (операторов машинного доения, телятниц и других), которые обслуживают разные половозрастные группы скота. В зависимости от обслуживаемых животноводами половозрастных групп скота им установлены разные расценки в оплате труда. Учитывая это, для предоставления права на досрочную пенсию животноводам необходимо документальное подтверждение их занятости на работах в профилактории по уходу за телятами молочного периода в возрасте до 4–6 месяцев и на обслуживании коров-кормилиц с телятами (весь комплекс работ по кормлению, поению и уходу за скотом). Документальным подтверждением является справка, образец которой содержится в Приложении 3 Постановления «О нормах обслуживания для назначения женщинам, работающим доярками (операторами машинного доения), телятницами, свиноводками-операторами на предприятиях сельского хозяйства».

В соответствии с Постановлением «О нормах обслуживания для назначения женщинам, работающим доярками (операторами машинного доения), телятницами, свиноводками-операторами на предприятиях сельского хозяйства» пенсии за особые условия труда назначаются как телятницам операторам животноводческих комплексов и механизированных ферм и животноводам, занятым в профилактории по уходу за телятами молочного периода в возрасте до 4–6 месяцев и на обслуживании коров-кормилиц с телятами.

Статьей 54 Закона «О пенсионном обеспечении» предусмотрено, что порядок подтверждения стажа работы при отсутствии трудовой книжки или соответствующих записей в ней устанавливается Советом Министров Республики Беларусь.

В соответствии с п. 31 Положения «О порядке подтверждения трудового стажа для назначения пенсий», утвержденным Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24 декабря 1992 г. № 777, с

последующими изменениями и дополнениями установлено, что в случаях, когда в трудовой книжке нет полных сведений о факторах, определяющих право на пенсии за работу с особыми условиями труда или за выслугу лет, установленных для отдельных категорий работников, в подтверждение специального трудового стажа принимаются уточняющие справки нанимателей. В справке в отношении женщин, работающих доярками (операторами машинного доения), телятницами, свиноводками-операторами на сельскохозяйственных предприятиях, наряду со сведениями о наименовании профессии, периоде работы, должны быть указаны сведения о характере выполняемой работы и о выполнении установленных норм обслуживания. Основанием выдачи справок могут служить имеющиеся у нанимателя первичные документы о работе, содержащие необходимые сведения. Не допускается подтверждение характера работы, дающей право на пенсии за работу с особыми условиями труда или за выслугу лет, свидетельскими показаниями.

Полученные результаты. Таким образом, женщины, работающие доярками (операторами машинного доения), телятницами, свиноводками-операторами на различных предприятиях сельского хозяйства, достигшие 50 лет, пользуются правом на досрочную пенсию, при стаже работы не менее 20 лет. Также они имеют право на пенсии за особые условия труда или выслугу лет, а также более высокие расценки оплаты труда. Однако, при отсутствии документальных данных о непосредственной занятости в производстве сельскохозяйственной продукции, пенсии указанным лицам назначаются на общих основаниях.

Говорова Анастасия Михайловна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права

Гарантии защиты прав потребителей в Республике Беларусь

Актуальность. Каждый человек является потребителем и зачастую сталкивается с недоброкачеством реализованного ему товара. Однако не каждый знает, какие права в области защиты прав потребителей ему гарантированы законодательством.

Методика и содержание исследования. Потребитель имеет право на возмещение в полном объеме убытков (вреда), причиненных вследствие недостатков товаров. Данное правило содержится в ст. 964 Гражданского кодекса Республики Беларусь. Схожее положение содержится и в Законе Республики Беларусь от 09 января 2002 года «О защите прав потребителей».

Ст. 16 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» предусматривает, что вред, причиненный жизни, здоровью, наследственности или имуществу потребителя вследствие конструктивных, рецептурных или иных недостатков товара (работы, услуги), а также вследствие недостоверной или недостаточной информации о товаре

(работе, услуге), подлежит возмещению в полном объеме продавцом (изготовителем, исполнителем) независимо от его вины и от того, состоял потребитель с ним в договорных отношениях или нет.

Следует отметить, что в соответствии с вышеуказанной статьей наступление ответственности за причинение вреда не связано с наличием вины причинителя вреда. Противоправность поведения как основание ответственности может заключаться либо в нарушении требований к качеству товара, работ или услуг, имеющих производственные, конструктивные, рецептурные или иные недостатки, либо в непредоставлении полной и достоверной информации о товарах, работах или услугах.

Под недостатками (производственными, конструктивными, рецептурными и иными) товара (работы, услуги) следует понимать его несоответствие нормативному документу, устанавливающему требования к качеству, условиям договора или иным предъявляемым требованиям. Нормативный документ, устанавливающий требования к качеству товара (работы, услуги), должен быть обозначен в информации о товаре (работе, услуге). Предоставление потребителю информации о товаре, работе или услуге является обязанностью изготовителя (исполнителя, продавца).

Вред, причиненный вследствие недостатков товара (результата работы, услуги), подлежит возмещению, если он возник в течение установленных срока годности или срока службы товара (результата работы), а при отсутствии таковых - в течение десяти лет со дня производства товара (выполнения работы, оказания услуги).

При обнаружении ненадлежащего качества в товаре покупатель может расторгнуть договор купли-продажи, при этом продавец обязан вернуть уплаченную за товар денежную сумму, а потребитель обязан возвратить товар (результат работы, если это возможно исходя из его характера) продавцу.

Большую популярность на сегодняшний день приобрела покупка товаров в кредит. При такой покупке потребитель не застрахован от приобретения некачественного товара в данном случае покупателю возвращается сумма в размере кредита погашенная ко дню возврата товара (с учетом цены товара на момент его возврата), а так же возмещается плата за предоставление кредита (уже выплаченные проценты и другие платежи банку).

Продавец не всегда несет ответственность за ненадлежащее исполнение своих обязательств. По общему правилу продавец освобождается от ответственности в случае наступления чрезвычайных (неожиданных, непредвиденных, непредсказуемых) и непреодолимых (которые невозможно остановить, прекратить, отменить) обстоятельств.

В случае причинения вреда жизни, здоровью или имуществу потребителя основанием освобождения продавца от ответственности, помимо непреодолимой силы, является нарушение потребителем установленных правил пользования, транспортировки и хранения товара.

Причиненный вред подлежит возмещению независимо от вины и от наличия договорных отношений между потребителем и продавцом. Когда потребителю причинен моральный вред, его возмещение осуществляется причинением вреда только при наличии его вины (умысел или неосторожность).

Полученные результаты. Таким образом, в соответствии с действующим гражданским законодательством потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества, имеет право по своему выбору потребовать: замены недоброкачественного товара товаром надлежащего качества; соразмерного уменьшения покупной цены товара; незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара; возмещения расходов по устранению недостатков товара; возврата уплаченной за товар денежной суммы.

За нарушение сроков устранения недостатков, замены товара, предоставления на период ремонта другого товара, возврата суммы предварительной оплаты, а также за невыполнение требования потребителя о предоставлении ему на период ремонта (замены) аналогичного товара продавец допустивший такие нарушения, уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку в размере одного процента цены товара.

*Горова Ольга Евгеньевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Краснов В.Д., зав. каф. права*

Прокурорский надзор в гражданском судопроизводстве

Актуальность. Сложность задач, стоящих перед судами при разрешении споров, вызывает необходимость усиления прокурорского надзора в сфере гражданского судопроизводства, в обеспечении прав и охраняемых законом интересов государства, предприятий, организаций и граждан. Прокурорский надзор за точным и единообразным исполнением законов в гражданском судопроизводстве – гарантия вынесения судами всех инстанций законных и обоснованных решений, определений и постановлений. В этой связи тема научно-исследовательской работы представляется наиболее актуальной, так как прокурорский надзор в гражданском судопроизводстве способствует укреплению законности и восстановлению справедливости.

Методика и содержание исследования. Цель данного исследования – анализ правового института участия прокурора в гражданском судопроизводстве Республики Беларусь.

Методологическую основу работы в рамках системного подхода составили субъектно-объектный, структурно-функциональный, логический методы исследования, статистический анализ, синтез, сравнение, оценка.

Прокуратура в Республике Беларусь – самостоятельный государственный орган, осуществляющий от имени государства надзор за исполнением законов. Конституция Республики Беларусь возлагает на Генерального прокурора Республики Беларусь и подчиненных ему прокуроров надзор в судопроизводстве за соответствием закону судебных решений по гражданским, уголовным делам и делам об административных правонарушениях. В соответствии с законом о прокуратуре (ст. 26) и новым Гражданским процессуальным кодексом Республики Беларусь (далее – ГПК) (ч. 1 ст. 23) прокуратура осуществляет также надзор за соблюдением законодательства при исполнении судебных постановлений.

Ни для кого не секрет, что в настоящее время участие прокурора в гражданском процессе минимизируется последовательными усилиями законодателя. Вместе с тем существуют определенные ситуации, когда никто, кроме прокурора, не может исправить сложившееся положение и восстановить нарушенные права граждан и публичных образований.

Полученные результаты. Прокурорский надзор в гражданском судопроизводстве – это осуществляемая от имени государства деятельность прокурора по надзору за законностью и обоснованностью постановлений по гражданским делам, а также за соблюдением законодательства при их исполнении.

Осуществляя надзор, прокуратура занимает особое, свойственное специфике ее деятельности место, никоим образом не конкурируя с другими правоохранительными органами и в первую очередь с судами, действующими в качестве органа правосудия. По крайней мере, сегодня ситуация следующая: число обращений в прокуратуру превышает число заявлений о защите прав граждан, направляемых в суд. Прокуратура в своей деятельности удачно восполняет некоторые изъяны судебной формы защиты прав (усложненный порядок, длительные сроки рассмотрения дел, удорожание правовых услуг и др.). Несмотря на наличие широкой законодательной базы, устанавливающей определенный порядок деятельности прокуроров, а также регламентирующей производство по гражданским делам с их участием, все-таки существуют определенные проблемы в процессе реализации норм и принципов гражданского судопроизводства.

Прокурор, участвуя в гражданском судопроизводстве и осуществляя надзор за законностью судебных решений, постановлений и определений, наделен достаточно широкими полномочиями. В концентрированной форме они изложены в Законе о прокуратуре, ГПК и приказе Генерального прокурора Республики Беларусь от 29 ноября 2001 г. № 38 «Об организации надзора за соответствием закону судебных решений по гражданским делам». Осуществляя надзор за исполнением законов при рассмотрении гражданских дел в судах, прокурор в пределах своей компетенции осуществляет ряд функций.

Статьи 27 и 33 Закона о прокуратуре предусматривают, что при установлении нарушений закона прокурор предъявляет в суды иски и заявления. Из этого вытекает, что у прокурора, установившего нарушение закона, возникает обязанность реагировать на любое нарушение закона. Он обязан использовать предоставленные законом полномочия: внести протест, представление в порядке общего надзора, вынести предостережение и т.д.

Надзор в гражданском судопроизводстве прокурор должен организовать таким образом, чтобы он реально способствовал проведению в жизнь законодательства о всестороннем, полном, объективном и своевременном разбирательстве гражданских дел в суде, чтобы по каждому делу были вынесены законные и обоснованные решения.

*Горохова Наталья Николаевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Буян М.Н., ст. преподаватель каф. права*

Особенности предоставления дополнительных отпусков работникам сельского хозяйства в Республике Беларусь

Актуальность. Продолжительность минимального ежегодного оплачиваемого отпуска – 24 календарных дней. Для некоторых категорий работников законодательством предусмотрены дополнительные отпуска. К ним, в частности, относятся те, кто выполняет работу с особым характером, занят на производствах с вредными или опасными условиями труда. Сельскохозяйственная организация также может самостоятельно установить дополнительные отпуска для своих работников.

Методика и содержание исследования. Дополнительные отпуска – это непрерывный отдых в течение нескольких дней подряд в дополнение к основному отпуску в размере и на условиях, предусмотренных законодательством, коллективным или трудовым договором. Дополнительный отпуск за работу с вредными условиями труда присоединяется к основному минимальному отпуску. Порядок предоставления дополнительного отпуска урегулирован главой 12 Трудового Кодекса Республики Беларусь (далее – ТК Республики Беларусь).

Дополнительные отпуска за работу с вредными условиями труда предоставляются работникам, занятым в сфере сельского хозяйства: в обслуживании бруцеллезного и туберкулезного скота продолжительностью 14 календарных дней; в животноводстве – 7; для трактористов-машинистов сельскохозяйственного производства – 7; для работников, имеющих контакт с ядохимикатами – 14 дней, при этом общая продолжительность работы в неделю не должна превышать 35 часов.

Члены фермерского хозяйства имеют право на основной минимальный или основной удлиненный отпуск. Продолжительность ос-

нового минимального отпуска обязательна для всех нанимателей и не может быть менее срока указанного в ст. 155 ТК Республики Беларусь.

Для женщин, работающих в сельской местности, предусмотрен основной удлиненный отпуск продолжительностью 28 календарных дней. Что касается мужчин, работающих в сельской местности, то основной удлиненный отпуск для них не предусмотрен.

Согласно ст. 118-1 ТК Республики Беларусь ненормированный рабочий день - особый режим работы, в соответствии с которым отдельные работники могут при необходимости эпизодически по письменному или устному приказу (распоряжению), постановлению нанимателя или по своей инициативе с ведома нанимателя или уполномоченного должностного лица нанимателя выполнять свои трудовые обязанности за пределами установленной нормы продолжительности рабочего времени. Возможная в связи с этим переработка сверх нормы рабочего времени не является сверхурочной работой и компенсируется предоставлением дополнительного отпуска за ненормированный рабочий день. В соответствии со ст. 158 ТК Республики Беларусь работникам с ненормированным рабочим днем наниматель за счет собственных средств устанавливает дополнительный отпуск за ненормированный рабочий день продолжительностью до 7 календарных дней.

Что касается дополнительного отпуска за продолжительный стаж работы, то в соответствии с трудовым законодательством работникам, занятым в основной и неосновной деятельности организаций сельского хозяйства, при непрерывном стаже работы свыше 3 лет предоставляется 1 календарный день дополнительного отпуска и за каждые последующие 2 года – 1 календарный день, но не более 4 календарных дней. В организациях сельского хозяйства дополнительный отпуск за продолжительный стаж работы предоставляется в случае, если их трудовой отпуск составляет не более 24 календарного дня.

Например, не предоставляется названный отпуск работникам сельского хозяйства, занятым в районах радиоактивного загрязнения и имеющим основной удлиненный отпуск продолжительностью 30, 37 и 44 календарных дня.

Дополнительный отпуск за работу с вредными условиями труда присоединяется к основному удлиненному отпуску, если: работнику менее 18 лет и работник признан инвалидом; работники заняты в районах радиоактивного загрязнения.

В соответствии с трудовым законодательством предоставленный дополнительный отпуск присоединяются к основному минимальному отпуску. При этом продолжительность трудового отпуска не может превышать 35 календарных дней. Дополнительный отпуск за работу во вредных условиях труда предоставляется полностью. Если дополнительный отпуск равен или превышает 14 календарных дней, то к основному минимальному отпуску присоединяется отпуск большей продолжительности, а другие поглощаются им.

Законодательством определено, что дополнительный отпуск за продолжительный стаж работы для инвалидов и лиц, работающих в зонах радиоактивного загрязнения, присоединяется к основному удлинённому отпуску, предусмотренному ст.156 ТК Республики Беларусь.

Полученные результаты. Таким образом, особенности правового регулирования дополнительных отпусков в организациях сельского хозяйства заключаются в распределении и использовании рабочего времени, особых правилах компенсирования переработанного рабочего времени, в учете рабочего времени, а времени отдыха - в отсутствии единообразия в сроках предоставления перерывов для отдыха, привлечения к работе в выходные дни и в период полевых работ, компенсации за работу в эти дни, а это значит, что такой вид отпуск является для работников сельского хозяйства еще и стимулирующим.

*Дерягина Екатерина Анатольевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Шатневский В.М., ст. преподаватель каф. права*

Юридическая ответственность по трудовому праву

Актуальность. Мы живем в государстве, задачей которого является расширение и стабилизация круга правомерных отношений посредством повышения качества правового регулирования. Поэтому юридическая ответственность является важным демократическим фактором осуществления социального контроля, охраны и развития общественных отношений, важной мерой защиты интересов личности, общества и государства. Знания о понятии, признаках, видах юридической ответственности имеют исключительно важное значение для формирования правосознания юриста и его последующей практической деятельности.

Методика и содержание исследования. Цель работы заключается в том, чтобы показать развернутую картину представлений о такой правовой категории как юридическая ответственность по трудовому праву.

Методологическую основу составляют такие методы, как формально-юридический, сравнительного анализа, а также метод синтеза.

В настоящее время в период формирования правового государства в Республике Беларусь как никогда велика роль одного из основополагающих институтов права - юридической ответственности. Очень важно понимать и уметь различать те правонарушения, за которые будет наступать юридическая ответственность.

Почти всё население нашей страны является трудоустроенным, и все мы занимаемся трудовой деятельностью. К сожалению, работники предприятий не всегда досконально знают свои права и в некоторых случаях даже и не подозревают, что за нарушение этих прав работодателей можно привлечь к юридической ответственности. В то же время

и наниматели к нерадивому работнику могут применить различные её меры.

Полученные результаты. Юридическая ответственность по трудовому праву – это правоотношение, возникающее между должностным лицом, представляющим интересы нанимателя, и работником. Юридическим фактом, с которым связано возникновение данного правоотношения, является совершение правонарушения. Юридическим фактом, с которым связано прекращение правоотношения – исполнение наказания.

Фактическим основанием юридической ответственности является правонарушение, характеризующееся совокупностью признаков, образующих его состав, а юридическим основанием выступает норма трудового права и соответствующий правоприменительный акт, в котором компетентный орган устанавливает конкретный объем и форму принудительных мер к конкретному правонарушителю.

Различают следующие основные виды юридической ответственности: уголовную, административную, дисциплинарную, материальную.

Материальная ответственность – один из важнейших видов юридической ответственности. Она представляет собой обязанность работника возместить в установленном порядке и размере причиненный по его вине ущерб организации, с которой он состоит в трудовых отношениях.

Работник может быть привлечен к материальной ответственности при одновременном наличии следующих условий:

- 1) ущерба, причиненного нанимателю при исполнении трудовых обязанностей;
- 2) противоправности поведения (действия или бездействия) работника;
- 3) прямой причинной связи между противоправным поведением работника и возникшим у нанимателя ущербом;
- 4) вины работника в причинении ущерба

Хотелось бы отметить, что на сегодняшний день всё же существуют определённые сложности для привлечения к юридической ответственности. В частности очевидна проблема привлечения к ответственности даже, казалось бы, за незначительный проступок. И в то же время, если этот проступок совершило должностное лицо, оно может и не понести наказание.

Для решения этой проблемы мы предлагаем следующие решения:

Регулярно проводить собрания с коллективом предприятия, на которых необходимо разъяснять права, которыми обладают трудящиеся, а также способы их защиты. Это необходимо для того, чтобы работники предприятия не боялись отстаивать свои законные интересы при возникновении каких-либо противоречий между ними и нанимателем.

Ужесточить меры ответственности за нарушение трудового законодательства по отношению к лицам, повторно его нарушившим. Тот, кто был привлечён к дисциплинарной ответственности в виде преду-

преждения, в следующий раз должен понимать, что последует не выговор, а, например, штрафные санкции.

Развивать законодательство в области охраны труда. И причём чем чаще, тем лучше. Т.к. появляются злостные нарушители, которые всегда будут надеяться, что им не удастся избежать ответственности.

*Деченко Яна Петровна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Матюк В.В., ст. преподаватель каф. праваа*

Направление совершенствования деятельности нотариата в Республике Беларусь на современном этапе его развития

Актуальность. С целью совершенствования такой внесудебной формы защиты прав граждан и юридических лиц как нотариат, правотворческие органы Республики Беларусь относительно недавно впервые систематизировали законодательство в сфере нотариальной деятельности путем принятия закона «О нотариате и нотариальной деятельности». В этом законе содержится перечень лиц, уполномоченных совершать нотариальные действия, перечень совершаемых ими нотариальных действий, принципы и задачи деятельности нотариата, а также отражены другие важные вопросы, касающиеся функционирования нотариата в Республике Беларусь. Соответствующие нормативные правовые положения Закона требуют серьезного осмысления.

Методика и содержание исследования. В ходе исследования применялись общенаучные методы анализа, синтеза, сравнения, обобщения, метод системного анализа.

Цель исследования – рассмотреть организационно-правовые аспекты функционирования нотариата как несудебной формы защиты прав; выявить проблемы, возникающие в сфере нотариальной деятельности на современном этапе его развития, а также наметить возможные пути решения этих проблем.

Нотариат как явление объективной действительности определяется и рассматривается юридической наукой исходя из следующего: во-первых, он представляет собой систему органов, на которую возложено удостоверение бесспорных прав и фактов, свидетельств с документов, выписок из них, придание документам исполнительной силы и выполнение других нотариальных действий в целях обеспечения защиты прав и законных интересов граждан и юридических лиц. Во-вторых, это отрасль законодательства, нормами которой регулируются нотариальная деятельность. На современном этапе в Республике Беларусь круг должностных лиц, совершающих нотариальные действия достаточно широк. Это:

государственные нотариусы;
уполномоченные должностные лица (руководитель, его заместитель, секретарь или член исполкома) местных исполнительных и рас-

порядительных органов в населенных пунктах, где нет государственных контор (нотариусов);

соответствующие должностные лица консульских учреждений Республики Беларусь, совершающие нотариальные действия для граждан Республики Беларусь, находящиеся за границей;

нотариусы, занимающиеся частной нотариальной практикой;

иные должностные лица, наделенные законом правом совершения некоторых нотариальных действий.

Безусловно, их компетенция в сфере нотариальной деятельности неодинакова. Следует признать, что в нашей стране по-прежнему главенствует государственный нотариат. Частный нотариат хоть и существует, но значительно уступает государственному в развитии, распространении и круге совершаемых нотариальных действий.

Полученные результаты. Таким образом, хотелось бы предложить следующие меры по совершенствованию организационной работы нотариата:

1. Создание Единого реестра завещаний. В результате любой гражданин сможет обратиться в нотариальный орган и определить по сформированной базе завещаний, имеется ли в отношении его какое-либо волеизъявление завещателей. Например, вы желаете узнать, не завещала ли троюродная бабушка, проживающая в Минске, в вашу пользу квартиру? Человек сможет обратиться в одну нотариальных контор и узнать, не разыскивает ли его кто, чтобы вручить наследство. Это не значит, что ему выдадут все на месте, но, по крайней мере, человек будет знать, куда обратиться.

2. Подключение нотариата к государственным базам данных.

Например, что бы можно было проверить зарегистрирован ли тот или иной дом, не заложено ли имущество, настоящий ли предъявлен паспорт и так далее.

3. Включение нотариата Беларуси в Европейскую ассоциацию единой сети реестра завещаний.

Эта сеть позволит в режиме реального времени вести поиск завещания в реестре любой страны, подключенном к данной системе. А также включение нотариата Беларуси в Европейскую ассоциацию единой сети реестра завещаний принесет дополнительные вложения в бюджет Республики Беларусь.

Дрыга Анна Владимировна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права

Перспективы развития лизинга для сельскохозяйственных предприятий

Актуальность. В Республике Беларусь, как и в большинстве других аграрных государств, сельскохозяйственные предприятия в силу

объективных особенностей производства (сезонный характер работ, зависимость от климатических и погодных условий, сложность технологического цикла), как правило, не имеют достаточных оборотных средств для осуществления значительных капиталовложений. Одна из самых больших проблем для любого сельхозпроизводителя - приобретение новой техники и оборудования: собственных накоплений обычно не хватает, а брать банковский кредит слишком дорого и рискованно. В последнее время все чаще используется новая возможность, юридически оформившаяся лишь со вступлением в силу с 1 июля 1999 года нового Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК Республики Беларусь), а экономически становящаяся доступной только сейчас. Речь идет о финансовой аренде, более известной под названием «лизинг».

Методика и содержание исследования. Лизинг представляет собой разновидность аренды с элементами купли-продажи, поэтому отношения, возникающие из договора лизинга, в ГК Республики Беларусь регулируются нормами главы 34 «Аренда» (а именно шестого параграфа «Финансовая аренда (лизинг)»). Сторонами по договору лизинга выступают лизингодатель (арендодатель) и лизингополучатель (арендатор). Первый обязуется по поручению второго приобрести у указанного арендатором продавца определенное имущество и передать это имущество в аренду лизингополучателю для предпринимательских целей. В то же время договором может быть предусмотрено, что выбор продавца и приобретаемого имущества осуществляется самим лизингодателем. В лизинг могут быть предоставлены любые не потребляемые вещи, за исключением земельных участков и других природных объектов. Кроме того, данная сфера хозяйственных отношений регулируется также специальным нормативным актом - Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 13 июля 2000 №1038 «О лизинге на территории Республики Беларусь » (с последующими изменениями и дополнениями).

Главное преимущество лизинга для сельхозпредприятий заключается в том, что лизинговые платежи, уплачиваемые ими лизингодателю, могут засчитываться в выкупную стоимость арендуемого имущества и по окончании срока лизинга (если это предусмотрено договором) право собственности на это имущество переходит к самому арендатору. В связи с этим важно отличать лизинговые отношения от договора купли-продажи с отсрочкой или рассрочкой платежа. Главное различие между этими договорами, на наш взгляд, заключается в хозяйственных целях этих двух сделок. Так, в случае купли-продажи основной целью сделки является переход права собственности на имущество от продавца к покупателю, а при лизинге основная цель заключается в пользовании имуществом, и переход права собственности возможен в качестве дополнительного (факультативного) условия (то есть он может быть, как предусмотрен в договоре, так и нет). Также следует иметь в виду, что право собственности на арендуемое имуще-

ство переходит к лизингополучателю только после полной оплаты его стоимости. В остальном же договор лизинга очень похож на договор аренды. Конечно, он имеет некоторые особенности, к которым относятся, в частности, следующие условия договора:

- в обязанность арендодателя по договору лизинга входит приобретение специально для конкретного арендатора в собственность имущества, которое должно быть передано в аренду;
- как правило, именно арендатор определяет продавца и указывает имущество, которое должно быть приобретено арендодателем для последующей передачи в аренду;
- по договору лизинга с момента передачи лизингового имущества арендатору к нему переходит риск случайной гибели или порчи этого имущества.

Именно эти особенности договора лизинга и позволяют выделить его в отдельный вид договора аренды.

Необходимо заметить, что параграф 6 главы 34 ГК Республики Беларусь, посвященный лизингу, не содержит норм об ответственности за нарушение условий договора. В такой ситуации приходится руководствоваться общими нормами об ответственности по договору аренды и общими правилами гражданской ответственности. Виды и размер ответственности в каждом конкретном случае могут определяться и сторонами, заключающими договор.

Из всех нарушений, допускаемых сторонами договора, самым распространенным является неуплата или несвоевременная уплата арендатором лизинговых платежей. В данной ситуации следует с особой осторожностью подходить к установлению санкций, применяемых к лизингополучателю в договорах лизинга, заключаемых в сфере сельского хозяйства (особенно с участием государства). Это необходимо, прежде всего, для того, чтобы взыскание санкций, например, сверх сумм просроченных лизинговых платежей, не приводило к значительному ухудшению финансового положения сельхозпроизводителя и, как следствие, к его банкротству. Одним из способов обеспечения интересов сельхозпроизводителя при заключении договоров лизинга является поручительство. Однако пользоваться этим способом следует с особой тщательностью, так как любые разногласия или противоречия в условиях договора поручительства могут привести к его расторжению или признанию недействительным. Следует внимательно относиться и к договорам лизинга с участием государства, так как последнее, предоставляя льготные бюджетные ссуды, после окончания срока их возврата начинает применять довольно жесткие штрафные санкции. В то же время по договорам, в которых лизингодателем является не государство, а коммерческая организация, арендатор в случае взыскания с него штрафных санкций за неуплату (просрочку уплаты) лизинговых платежей вправе настаивать на уменьшении размера санкций. В целом, необходимо заметить, что действующее законодательство о лизинге, да и судебная практика в основном пока что стоят на страже ин-

тересов в первую очередь лизингодателя, и этим обусловлена настоятельная необходимость дальнейшего совершенствования норм, регулирующих лизинговые отношения. В то же время доводы сельхозпредприятий, являющихся лизингополучателями, суды, как правило, также выслушивают и принимают во внимание. Однако следует иметь в виду, что по таким делам лизингополучатель должен доказать отсутствие своей вины в нарушении договорных обязательств, а для этого необходимо представлять в суд, по возможности, все документы, которые могут так или иначе свидетельствовать в пользу сельхозпредприятия. В любом случае приобретение сельхозтехники и оборудования в лизинг все-таки доступнее и надежнее, чем кредиты, поэтому данная форма отношений, безусловно, должна найти свое дальнейшее развитие, как в законодательстве, так и в практике хозяйств.

Полученные результаты. Для стимулирования инвестиций в производственную сферу, для обновления промышленного потенциала отечественных производителей нашей стране необходимо развивать лизинговые отношения. Но для этого нужно создать соответствующие условия. Поэтому необходимо развитие законодательной базы, применения льгот различного характера (в области налогообложения, кредитования, субсидирования) и т.д. Прежде всего, нужно если не освободить, то хотя бы снизить в два и более раз налог на прибыль, полученную лизингодателями от реализации договоров по лизингу со сроком действия три и более лет. Также следует стимулировать банки, представляющие кредиты лизинговым компаниям, которые заключают длительные договоры. Безусловно, вышеперечисленные меры должны способствовать развитию лизинговых компаний и операций, производимых ими. Можно с полной уверенностью сказать, что лизинг в нашей стране постепенно будет наращивать свои обороты и играть все более весомую роль в экономике Республики Беларусь.

*Зайцева Юлия Федоровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Чернов А.В., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. права*

Правовое регулирование размещения и обращения с отходами в Республике Беларусь

Актуальность. Одной из наиболее острых экологических проблем в настоящее время является загрязнение окружающей среды отходами производства и потребления, и в первую очередь опасными отходами, недостаточным уровнем переработки, обезвреживания, безопасного захоронения промышленных отходов, обостряющих экологическую и санитарно-эпидемиологическую обстановку в республике.

Методика и содержание исследования. В результате предпринимательской деятельности любой организации образуются отходы, то есть вещества или предметы, не имеющие определенного предназна-

чения по месту их образования либо утратившие полностью или частично свои потребительские свойства. Ключевым нормативным правовым актом, устанавливающим требования к организации обращения с отходами, является Закон Республики Беларусь «Об обращении с отходами».

В первую очередь, собственники отходов производства должны иметь разрешения на хранение и захоронение отходов производства. Прием отходов на захоронение (передача на хранение) без разрешения не допускается. Захоронение (хранение) отходов производства собственниками этих отходов без разрешения признается несанкционированным захоронением (хранением) отходов. Такое деяние влечет ответственность по статье 15.63 КоАП, а именно, предупреждение или наложение административного штрафа. Также оно рассматривается как причинение вреда окружающей среде и влечет его возмещение причинителем.

Вместе с тем, захоронение (хранение) отходов производства без разрешения не влияет на размер суммы экологического налога за захоронение (хранение) отходов производства: они облагаются налогом по однократной ставке за одну тонну отходов. До 2011 года ситуация была другая. Плательщики были обязаны уплатить налог при несанкционированном захоронении (хранении) отходов производства по ставке налога, увеличенной на 15-кратный коэффициент.

Отношения по захоронению отходов возникают между собственником отходов и организацией, эксплуатирующей полигоны захоронения отходов. Эти отношения регулируются договором услуг захоронения отходов.

Фактически захоронение отходов осуществляют организации, которые эксплуатируют полигоны захоронения отходов, но они не являются плательщиками экологического налога. Установлено, что налоговое обязательство при захоронении отходов производства возникает у организаций, являющихся собственниками отходов производства, то есть организаций, которые направили свои отходы на захоронение.

Для владельцев же объектов захоронения отходов (полигонов) налоговым и экологическим законодательством установлены специальные обязанности. Они признаются налоговыми агентами и обязаны исчислить и выставить сумму налога собственнику отходов производства; перечислить в бюджет сумму налога, фактически полученную от собственника отходов производства; подать налоговую декларацию (расчет) по экологическому налогу за захоронение отходов производства.

С 2012 года Налоговым кодексом установлены порядок и сроки перечисления собственниками отходов производства владельцам объектов захоронения отходов сумм экологического налога и определен механизм взыскания задолженности по налогу с собственников отходов производства. Собственники отходов производства обязаны перечислять владельцам объектов захоронения отходов экологический налог в

момент оплаты их услуг по захоронению отходов, но не позднее 10-го числа, следующего за отчетным кварталом.

Задолженность по экологическому налогу, не перечисленную в установленный срок собственниками отходов производства владельцам объектов захоронения отходов, взыскивают налоговые органы на основании сведений, представляемых владельцами объектов захоронения в налоговые органы одновременно с налоговой декларацией (расчетом).

Полученные результаты. Таким образом, одним из основных принципов специального природопользования, закрепленных в части 1 статьи 83 Закона Республики Беларусь «Об охране окружающей среды», является платность. Экологическое законодательство Республики Беларусь лишь определяет формы и принцип платности природопользования, без указания конкретных платежей, их объекта и круга плательщиков. Конкретное же правовое регулирование взимания платежей осуществляется нормами налогового законодательства. И можно согласиться с мнением Н.А. Шевелевой что, платежи за природопользование предполагают ответную услугу государства в виде разрешения использовать природные ресурсы для извлечения дохода, при этом субъекты обязаны соблюдать правила природопользования, предусмотренные не налоговым, а иным законодательством.

*Захарова Мария Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Лазарчук Е.А., ст. преподаватель каф. права*

Третейские суды как альтернативный способ разрешения споров

Актуальность. Проблема эффективного и быстрого разрешения конфликтов является острой для современной системы государственного правосудия. Одним из наиболее популярных и эффективных альтернативных способов разрешения гражданско-правовых споров и является третейский суд. Практика рассмотрения споров третейскими судами применяется во многих западных странах. Так, например, в США около 60 % коммерческих споров рассматриваются третейскими судами. С уверенностью можно сказать, что в настоящее время она получает все большую актуальность в связи с развитием в Республике Беларусь альтернативных методов урегулирования споров.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является рассмотрение нового Закона Республики Беларусь от 18 июля 2011 года «О третейских судах», при этом дать понятие третейского суда, рассмотреть их особенности, а также на основании изученного, выявить положительные и отрицательные аспекты в деятельности третейских судов в Республике Беларусь.

Под третейским судом понимается организация, не входящая в судебную систему Республики Беларусь, создаваемая для разрешения

споров в виде постоянно действующего третейского суда или третейского суда, образуемого по соглашению сторон для разрешения конкретного спора. Необходимо заметить, что государственные органы, в том числе органы местного самоуправления, не могут образовывать третейские суды.

С принятием Закона Республики Беларусь «О третейских судах» стало возможным разрешение споров организациями, не входящими в государственную судебную систему. Это важная веха для судебной системы, деловых кругов, общества в целом. Ведь новый закон создал правовую основу для функционирования в нашей стране третейских судов, являющихся по своей сути альтернативой обращению в государственный суд – общий или хозяйственный. Основной целью нового вида судов является необходимость разгрузить государственные хозяйственные суды. В настоящее время в них рассматривается огромное количество дел, но увеличить количество судей не представляется возможным. Между тем они вынуждены работать при большой нагрузке, что сказывается на качестве экономического правосудия.

Также закон Республики Беларусь «О третейских судах» имеет целью дальнейшее развитие и повышение эффективности применения в Республике Беларусь института третейского разбирательства, обеспечение более широкого использования альтернативных способов разрешения споров между субъектами права, определение правовых и организационных основ деятельности третейских судов, за исключением международных арбитражных (третейских) судов. Положения Закона согласуются с Конституцией и направлены на дальнейшее развитие ее норм и принципов.

Третейские суды не заменяют государственные, они призваны обеспечить более широкое использование альтернативных способов разрешения споров между любыми субъектами права. В своей работе третейские суды тесно связаны с общими и хозяйственными судами и им гарантируется поддержка со стороны государства, так, например, решения третейских судов может быть обжаловано по подведомственности в Высшем Хозяйственном Суде Республики Беларусь.

Что касается третейского разбирательства, то оно осуществляется на основе принципов законности, конфиденциальности, независимости и беспристрастности третейских судей, диспозитивности, состязательности и равноправия сторон. Относительно судей, рассматривающих споры в третейском суде закон также имеет четкую позицию и требования к ним. Количество судей должно быть нечетным. В частности третейский судья должен быть дееспособное физическое лицо, имеющее высшее юридическое образование.

К преимуществам третейского разбирательства споров перед государственным правосудием можно отнести:

- третейский суд является самостоятельным органом, разрешающим спор между сторонами. Его решение является обязательным для сторон;

– рассмотрение спора в третейском суде носит довольно демократичный характер: стороны избирают состав суда (судьями избираются наиболее авторитетные юристы – учёные и практики – обладающие необходимой квалификацией), стороны вправе выбрать место проведения арбитража и даже определить частично или полностью саму процедуру разбирательства. Возможность сторон определять условия процедуры разбирательства способствуют разрешению споров в более сжатые сроки;

– третейские суды функционируют за счёт средств участников гражданского оборота и не требуют затрат государства на их содержание;

– в третейском суде проводится рассмотрение споров на закрытых заседаниях, что гарантирует сохранение производственных и коммерческих тайн субъектов хозяйствования. Посторонние лица допускаются к участию арбитража только с согласия обеих сторон; публикация решений арбитража без согласия сторон запрещена.

С другой стороны, достоинства третейского суда можно легко обратить в его недостатки. В частности, быстрота рассмотрения споров приносит в жертву процессуальные гарантии сторон. Так, могут возникнуть обоснованные сомнения в беспристрастности третейского суда, если одна из сторон получит своего рода процессуальное преимущество в виде возможности одностороннего назначения состава третейского суда. Подобного рода случаи дают основания квалифицировать состав третейского суда как незаконный.

Ещё одним существенным недостатком третейского разбирательства является проблема исполнимости его решений. Стороны добровольно доверяют третейскому суду вынесение решение по делу и заранее обязуются подчиниться этому решению. Если же одна сторона оказалась недобросовестной и уклоняется от выполнения решения третейского суда, то у другой стороны нет другого выхода, как обратиться в государственный суд с заявлением о выдаче исполнительного листа на принудительное исполнение решения третейского суда. И вся процедура рискует начаться сначала. Такое положение, бесспорно, удлиняет сроки исполнения решения третейского суда.

Полученные результаты. Подводя итог, хотелось бы отметить, что в настоящее время альтернативному разрешению споров уделяется все большее внимание. Принятие нового закона позволяет институту третейских судов начать свою деятельность и нормально развиваться. Сформулированы и определены основные понятия принципы и традиции. Однако практика реализации правовых норм еще только формируется и оставляет желать лучшего.

На данном этапе развития третейских судов, необходимо усилить контроль за деятельностью третейских судов, как со стороны государства, так и со стороны третьих лиц, заинтересованных в правильном разрешении дела. Кроме того, необходимо расширить компетенцию судов. Так, например, было бы целесообразно передавать на разрешение в третейский суд споры, вытекающие не только из гражданских и

хозяйственных правоотношений, но и из административно-правовых и иных публичных отношений.

Необходимо популяризировать среди субъектов хозяйствования третейское разбирательство, т.к. зачастую они не знают не только о возможностях, но и даже о самом существовании института третейского судопроизводства. Это позволит снизить нагрузку на хозяйственные суды и ускорить процесс разрешения спора.

*Иванова Ирина Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права*

Договор комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга)

Актуальность. Одна из реклам гласит: «Хотите открыть свой бизнес? Нужна хорошая идея? Лучшая в мире идея – сделать бизнес на чужой идее». При слове «франчайзинг» первыми приходят на ум ресторанный бизнес и модная индустрия. Подобные стереотипы сложились, скорее всего, из-за широкого освещения в деловой прессе деятельности таких активных франчайзеров как рестораны «Макдоналдс» и сеть модных магазинов «Benetton». Это они задали тон, сформировали правила игры, создали франчайзингу имидж одного из наиболее эффективных и недорогих способов продвижения на региональные рынки, поэтому большинство франчайзинговых проектов возникает именно в этих областях.

Методика и содержание исследования. В соответствии со ст. 910 ГК Республики Беларусь по договору франчайзинга одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на определенный в договоре франчайзинга срок либо без указания срока комплекс исключительных прав (лицензионный комплекс), включающий право использования фирменного наименования правообладателя и нераскрытой информации, в том числе секретов производства (ноу-хау), а также других объектов интеллектуальной собственности (товарного знака, знака обслуживания и т.п.), предусмотренных договором франчайзинга, для использования в предпринимательской деятельности пользователя.

Исходя из этого определения, предметом договора франчайзинга является лицензионный комплекс, который включает:

- право использования фирменного наименования;
- право использования секретов производства (ноу-хау);
- право использования других объектов интеллектуальной собственности (например, товарного знака и знака обслуживания).

Таким образом, субъект хозяйствования получает право использовать средства индивидуализации и технологии производства товаров (работ, услуг) другого субъекта хозяйствования, хорошо известного

потребителям, с тем, чтобы товары (работы, услуги) пользователя были идентичны товарам (работам, услугам) правообладателя.

Указанный лицензионный комплекс может использоваться только в предпринимательской деятельности, поэтому сторонами договора франчайзинга могут быть индивидуальные предприниматели и коммерческие организации.

Вместе с тем, индивидуальный предприниматель не может выступать в качестве правообладателя, поскольку существенным условием договора является предоставление права использования фирменного наименования, которое может быть только у юридического лица.

Правообладатель должен быть надлежащим образом легитимирован как обладатель передаваемых прав (иметь соответствующий патент, свидетельство и т.д.)

В силу ст. 910-1 ГК Республики Беларусь договор франчайзинга заключается в письменной форме и подлежит регистрации в патентном органе в порядке, установленном законодательством. Таким патентным органом в Республике Беларусь является государственное учреждение «Национальный центр интеллектуальной собственности».

ГК Республики Беларусь предусматривает возможность ограничения конкуренции между правообладателем и пользователем, что полностью соответствует правой природе договора франчайзинга, за исключением тех случаев, когда соответствующие ограничения противоречат антимонопольному законодательству. Например, в соответствии со ст. 910-5 ГК Республики Беларусь в договоре франчайзинга может быть предусмотрено обязательство правообладателя не предоставлять другим лицам аналогичные комплексы исключительных прав для их использования на закрепленной за пользователем территории либо воздерживаться от собственной аналогичной деятельности на этой территории.

Законодатель урегулировал также некоторые вопросы ответственности правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю. Ст. 910-6 ГК Республики Беларусь устанавливает, что правообладатель несет субсидиарную ответственность (т.е. дополнительную к ответственности пользователя) по предъявляемым к пользователю требованиям о несоответствии качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) пользователем по договору франчайзинга, качеству аналогичных товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) непосредственно правообладателем. По требованиям, предъявляемым к пользователю как изготовителю продукции (товаров) правообладателя, правообладатель отвечает солидарно с пользователем.

Данные положения законодательства являются императивными и не могут быть изменены соглашением сторон.

Можно не согласиться с возможностью возложения солидарной ответственности на правообладателя в любом случае. Если говорить о причинении вреда потребителю ненадлежащим качеством товара, то

такая возможность предусмотрена Законом Республики Беларусь от 09 января 2002 года «О защите прав потребителей». Однако правообладатель не может полностью нести ответственность за действия самостоятельного субъекта хозяйствования, и, благодаря некачественно произведенной продукции правообладатель и так получает убытки, а на него еще дополнительно возлагаются негативные последствия за действия другого лица.

Как представляется, данное положение закона должно быть изменено, тем более что любой потребитель знает о том, что вступает в отношения с самостоятельным субъектом хозяйствования, но под фирменным наименованием правообладателя, что уже обеспечено императивностью нормы законодательства о необходимости пользователя информировать потребителей наиболее очевидным для них способом об использовании средств индивидуализации франчайзи на основании договора франчайзинга.

Закон определяет также основания, при наличии которых договор франчайзинга может быть изменен (помимо оснований, которые являются общими для всех гражданско-правовых договоров) (ст. 910-9 ГК Республики Беларусь).

Если в период действия договора франчайзинга истек срок действия исключительного права, пользование которым предоставлено по этому договору, за исключением прекращения права на фирменное наименование без замены его новым фирменным наименованием, либо такое право прекратилось по иному основанию, договор франчайзинга продолжает действовать, за исключением положений, относящихся к прекратившемуся праву, а пользователь, если иное не предусмотрено договором франчайзинга, вправе потребовать соразмерного уменьшения причитающегося правообладателю вознаграждения (ст. 910-10 ГК Республики Беларусь).

Гражданский кодекс предусматривает также специальные основания для прекращения договора франчайзинга. Так, например, в силу ст. 910-11 ГК Республики Беларусь каждая из сторон договора франчайзинга, заключенного без указания срока, вправе в любое время полностью отказаться от исполнения договора, уведомив об этом другую сторону за шесть месяцев, если договором не предусмотрен более продолжительный срок.

Полученные результаты. Договор франчайзинга является выгодной схемой ведения бизнеса как для правообладателя, так и пользователя. Чтобы развивать франчайзинг, вовсе не обязательно входить в число самых узнаваемых брэндов или давать мощную рекламу. Достаточно иметь продуманную концепцию бизнеса, востребованную услугу или продукт. И, скорее всего, найдется немало желающих открыть свой бизнес под готовым брэндом. Надеемся, что введение в ГК Республики Беларусь подробного регламентирования прав и обязанностей сторон по договору франчайзинга будет способствовать развитию бизнеса в Республике Беларусь.

*Иванова Ирина Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права*

Правовое регулирование франчайзинговых отношений

Актуальность. До недавнего времени франчайзинг в Республике Беларусь был лишь декларативным договором. Такой договор мог заключаться только в случаях, предусмотренных законодательством, а подобные случаи фактически отсутствовали.

По правовому регулированию отношений франчайзинга можно выделить 2 группы стран:

законодательно регламентируются административно-правовые отношения;

детальная регламентация договора франчайзинга.

26 февраля 2005 г. вступил в силу Закон Республики Беларусь № 316-З «О внесении дополнений и изменений в Гражданский кодекс Республики Беларусь (далее – ГК Республики Беларусь) по вопросам регистрации недвижимого имущества, состава участников ассоциаций и союзов, комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), правового режима имущества крестьянского (фермерского) хозяйства» от 18 августа 2004 г.

Таким образом Республика Беларусь входит в ограниченное число стран (в мире их чуть более полутора десятков), законодательство которых детализировано регламентирует отношения франчайзинга. Основным источником регулирования отношений франчайзинга является Гражданский кодекс Республики Беларусь (далее - ГК Республики Беларусь). Глава 53 ГК Республики Беларусь в редакции Закона от 18 августа 2004 г. № 316-З, детализированно раскрывает сущность взаимоотношений правообладателя и пользователя в связи с лицензионным комплексом.

Методика и содержание исследования. В главе 53 ГК Республики Беларусь закреплено определение договора франчайзинга; дано определение комплексной предпринимательской сублицензии; прописаны обязанности правообладателя и пользователя; ответственность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю; изменение договора франчайзинга; сохранение договора франчайзинга в силе при перемене сторон; сохранение договора франчайзинга в силе при изменении фирменного наименования; расторжение договора франчайзинга.

Помимо норм ГК Республики Беларусь, договор франчайзинга, в части передачи прав на объекты интеллектуальной собственности, регулируется Законом Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания», Законом Республики Беларусь «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы», Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 21 марта 2009 г. №

346 «О регистрации лицензионных договоров, договоров уступки, договоров залога прав на объекты права промышленной собственности и договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга)».

Так, Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 21 марта 2009 г. № 346 «О регистрации лицензионных договоров, договоров уступки, договоров залога прав на объекты права промышленной собственности и договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга)» введена процедура обязательной регистрации договоров франчайзинга Национальным центром интеллектуальной собственности Республики Беларусь.

Законом от 5 февраля 1993 г. №2181 – XII «О товарных знаках и знаках обслуживания» даётся определение товарного знака и знака обслуживания; закреплены субъекты, имеющие право обращаться в патентный орган; описывается процедура подачи заявки на регистрацию товарного знака; порядок проведения экспертизы; сроки и т.д.

Постановлением Государственного патентного комитета Республики Беларусь от 31 августа 2001 г. №3 «Об утверждении правил рассмотрения заявки на регистрацию товарного знака и знака обслуживания» детально регламентирована процедура проведения предварительной экспертизы; экспертиза заявленного обозначения.

Законом от 16 декабря 2002 г. №160 - 3 «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы» закреплена процедура получения патента.

Крайне следует отметить то, что в силу своей правовой природы франчайзинг (особенно в случае со сбытовым франчайзингом) тесно связан с потенциальной возможностью ограничения конкуренции на рынке. В свете этого исключительно важно упомянуть в качестве источников правового регулирования Закон Республики Беларусь от 10 декабря 1992 г. № 2034-XII «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» и Указ Президента Республики Беларусь от 13 октября 2009 г. № 499 «О некоторых мерах по совершенствованию антимонопольного регулирования и развитию конкуренции»

На международном уровне отсутствуют универсальные соглашения, касающиеся франчайзинга, которые бы обладали обязательной силой для их участников. По рассматриваемым вопросам подлежат применению Парижская Конвенция 1883 г. об охране промышленной собственности и протоколы к ней, Всемирная (Женевская) Конвенция по авторскому праву 1952 г., Бернская Конвенция 1886 г., иные международные договоры.

Касаясь международных источников регулирования франчайзинга, необходимо назвать четыре основополагающих документа:

1. Модельный закон УНИДРУА 2002 г. о раскрытии информации в отношении франшизы (Model Franchise Disclosure Law (2002));

2. Руководство ВОИС по франчайзингу 1994 г. (Franchising Guide / International Bureau of World Intellectual Property Organization (WIPO). – Geneva ; WIPO, 1994. – 67 p.);

3. Руководство УНИДРУА 1998 г. одоговорах международного мастер-франчайзинга (Guide to International Master Franchise Arrangements / International Institute for the Unification of Private Law (UNIDROIT). – Rome: Unidroit, 1998. – 300 p.);

4. Типовой контракт международного франчайзинга, Публикация МТП № 557, 2000 (The ICC Model International Franchising Contract). В этом документе, в частности, рекомендуется использовать Принципы международных коммерческих договоров УНИДРУА 2004 г.

В дополнение к вышеизложенному уместным будет выделить рекомендации Британской ассоциации франчайзинга (The BFA). Данная организация разработала этический кодекс, определяющий пределы влияния правообладателя на пользователя.

Данные международно-правовые акты на основании автономии воли сторон могут быть использованы сторонами договора международного франчайзинга в качестве применимых правовых источников возникающих между ними правоотношений (например, возможно заключить договор международного франчайзинга, основываясь на Типовом контракте международного франчайзинга, разработанного Международной торговой палатой). При этом, избрав данные источники правового регулирования в качестве применимых, стороны договора должны учитывать императивные (обязательные) требования законодательства Республики Беларусь.

Из региональных источников, действующих на территории Содружества Независимых Государств отметим Киевское соглашение 1992 г., Минскую конвенцию 1993 г. и Кишинёвскую конвенцию 2002 г.

Полученные результаты. В заключении необходимо отметить, что в случае если стороны в договоре международного франчайзинга избрали право иное, чем право Республики Беларусь, нельзя забывать о требовании соблюдения императивных (обязательных) норм законодательства Республики Беларусь в соответствии с нормами статьи 1100 ГК Республики Беларусь (в частности, обязательное требование в части заключения договора только в письменной форме, требование соблюдения валютного законодательства – проведение расчётов между сторонами договора в валюте, предусмотренной двусторонними межгосударственными договорами либо в свободно конвертируемой валюте).

Ильянова Мария Сергеевна, студент 1 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

Право граждан на благоприятную окружающую среду

Актуальность. Право на благоприятную окружающую среду базируется на неотъемлемом праве человека - праве на жизнь, провозглашенном во Всеобщей декларации прав человека 1948 г.

Конституция Республики Беларусь в соответствии с ее юридической силой является первым источником права. Основные положения экологической доктрины Республики Беларусь определены в Конституции.

Методика и содержание исследования. В соответствии с Основным законом меры по охране окружающей среды носят общегосударственный характер. Конституция устанавливает права граждан в области охраны окружающей среды, закладывает экономическую основу экологических отношений.

В законодательстве Республики Беларусь «обеспечение права граждан на благоприятную для труда и отдыха окружающую среду» в качестве основного принципа охраны окружающей среды было закреплено в 1992 г. в Законе «Об охране окружающей среды».

В новой редакции Закона Республики Беларусь «Об охране окружающей среды» (2002 г.) соблюдение право граждан на благоприятную окружающую среду закреплено в качестве основного принципа охраны окружающей среды. Определено, что «право на благоприятную окружающую среду принадлежит гражданину от рождения и подлежит защите как личное неимущественное право, не связанное с имуществом, в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь».

Окружающая среда представляет собой сложное понятие, в состав которого входят взаимодействие общества (человека) и природы, состоящее из двух форм. Первая форма - потребление природы человеком, использование для удовлетворения материальных и духовных потребностей – экономическая форма взаимодействия. Вторая форма взаимодействия – охрана окружающей среды, с целью обеспечения сохранения жизни на земле, естественной среды обитания - экологическая форма.

Человек воздействует на окружающую природную среду не только, потребляя ресурсы, но и изменяя природную среду для своих конкретных практических и хозяйственных целей. В связи с этим хозяйственная деятельность оказывает большое влияние на природу, подвергая ее изменениям, которые в свою очередь влияют на самого человека.

Снижение экономического потенциала республики неизбежно скажется на решении природоохранных задач. При этом надо учитывать, что бурное развитие техно сферы, стремление получить быстрый

эффект, приоритет отраслевых интересов привели к серьезным диспропорциям, разрушению природных комплексов республики, нерациональному использованию ее ресурсов, накоплению большого количества отходов.

Несмотря на значительные капитальные вложения, направляемые на мероприятия по охране окружающей среды, неравномерность хозяйственного освоения, территории республики и недостаточно высокий уровень организации и технологии производства способствовали возникновению конфликтных экологических ситуаций в районах добычи полезных ископаемых (г. Солигорск), в городах с развитыми химической и нефтехимической промышленностью, машиностроением, стройиндустрией и т.д. (Могилев, Новополоцк, Гомель, Мозырь, Витебск, Минск и др.).

Экологическая обстановка резко и надолго осложнилась в связи с катастрофой на Чернобыльской АЭС в 1986 г. Значительная часть территории республики вообще оказалась непригодной для хозяйственной деятельности и опасной для жизни людей.

Полученные результаты. Государственная политика в области охраны окружающей среды в Республике Беларусь определяется Национальным собранием и Президентом. Ответственность за состояние природной среды в республике возложена на Совет Министров Республики Беларусь и местные органы исполнительной власти. Центральным органом, осуществляющим государственный контроль за выполнением законодательства в республике, разработку природоохранной политики, экологическую экспертизу, размещения народнохозяйственных объектов, является министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды, структурное подразделение Совета Министров республики, и его органы на местах.

Главными задачами Минприроды являются:

- проведение единой государственной политики в области охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов;
- осуществление государственного управления в области изучения, охраны, воспроизводства и рационального использования природных ресурсов;
- регулирование и координация деятельности других республиканских органов государственного управления в области обеспечения экологической безопасности, охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов;
- обеспечение сохранения и устойчивого использования биологического разнообразия животного и растительного мира;
- обеспечение республиканских органов государственного управления экологической информацией, организация пропаганды экологических знаний, участие в создании системы просвещения, образования и воспитания в области охраны окружающей среды;
- осуществление международного сотрудничества.

К стратегическим задачам в данной области относятся:

- поддержание благоприятной среды для обеспечения благополучия населения всей страны;
- сохранение биосферного равновесия на локальном, региональном и глобальном уровнях;
- сохранение генетического фонда, видового и ландшафтного разнообразия дикой природы;
- обеспечение экологической безопасности планеты как приоритетная задача государственного значения

Направления оздоровления и охраны окружающей среды предусматривали следующие меры:

- запретить строительство объектов, приводящих к ухудшению экологической обстановки;
- прекратить размещение экологически опасных производств в городах до нормализации экологической обстановки;
- разработать мероприятия по созданию санитарно-защитных зон
- разработать стандарт качества природной среды.

Реализация этих мероприятий будет способствовать снижению отрицательного воздействия промышленного производства, сельского и коммунального хозяйства, транспорта на окружающую природную среду, воспроизводству растительного и животного мира, бережному, рациональному использованию природных ресурсов и, в конечном итоге, обеспечению благоприятных условий жизни, труда и отдыха людей.

Казакевич Ольга Ивановна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Орлович Н.В., ст. преподаватель каф. истории государства и права

Разграничение оснований увольнения работника по инициативе нанимателя

Актуальность. Одной из обязанностей работника, установленных законодательством и трудовым договором, является бережное отношение к имуществу нанимателя, принятие мер к предотвращению ущерба. Нарушение этой обязанности влечёт для работника наступление ответственности, установленной трудовым законодательством: привлечения к материальной и дисциплинарной ответственности, а также увольнение с работы.

Методика и содержание исследования. Основным используемыми в работе, являются методы анализа, сравнительно-правовой, абстрактно-логический, исторический, а также методы индукции и дедукции.

Трудовой кодекс Республики Беларусь (далее – ТК) предусматривает возможность увольнения работника за хищение имущества нани-

мателя (п. 8 ст. 42 ТК), а также за совершение действий, влекущих утрату доверия (п. 2 ст. 47 ТК). Указанные основания увольнения сходны, однако нанимателю следует четко разграничивать основания и условия их применения.

В соответствии с п. 8 ст. 42 ТК трудовой договор, может быть, расторгнут нанимателем в случае совершения по месту работы хищения имущества нанимателя, установленного вступившим в законную силу приговором суда или постановлением органа, в компетенцию которого входит наложение административного взыскания.

Согласно п. 2 ст. 47 ТК помимо оснований, предусмотренных Кодексом, трудовой договор с некоторыми категориями работников может быть прекращен в случае совершения виновных действий работником, непосредственно обслуживающим денежные и материальные ценности, если эти действия являются основанием для утраты доверия к нему со стороны нанимателя.

Как видно из вышеприведенных норм Трудового кодекса, увольнение по п. 8 ст. 42 ТК и увольнение по п. 2 ст. 47 ТК имеют ряд различий.

1. Различие по субъекту.

По п. 8 ст. 42 ТК может быть уволен любой работник организации, совершивший хищение имущества нанимателя, по п. 2 ст. 47 ТК – только работники, обслуживающие денежные материальные ценности, совершившие виновные действия.

При этом к работникам, обслуживающим денежные или материальные ценности, относятся работники, занимающие должности или выполняющие работы, непосредственно связанные с хранением, обработкой, продажей (отпуском), перевозкой или применением в процессе производства переданных им ценностей.

Как разъяснено в п. 42 постановления Пленума Верховного Суда Республики Беларусь от 29 марта 2001 г. № 2 «О некоторых вопросах применения судами законодательства о труде», для увольнения по данному основанию не имеет значения, в каком размере работник несет материальную ответственность за ущерб, причиненный нанимателю при исполнении трудовых обязанностей.

Не допускается увольнение по п. 2 ст. 47 ТК бухгалтеров, ревизоров, которые хотя в силу своих должностных обязанностей по контролю над сохранностью материальных и денежных ценностей и имеют к ним доступ, но непосредственно не обслуживают их.

2. Различие по основанию увольнения.

В соответствии с п. 8 ст. 42 ТК факт хищения работником имущества нанимателя и его вина в этом должны быть установлены соответствующими органами. В противном случае у работника будет законное основание обратиться в суд за защитой своих нарушенных прав.

При этом следует иметь в виду, что для увольнения работника по данному основанию хищение имущества нанимателя может быть выражено в любой его форме.

Если наниматель обнаружил, что работник совершил хищение, ему следует обратиться в правоохранительные органы с заявлением о привлечении работника к ответственности. Только после вынесения приговора или постановления суда о привлечении работника к соответствующему виду ответственности (уголовной или административной) наниматель вправе уволить его по п. 8 ст. 42 ТК.

Увольнение при отсутствии приговора суда или постановления о привлечении к административной ответственности судом признается незаконным.

Для увольнения работника по указанному основанию не имеет значения размер похищенного. Поэтому увольнение может иметь место как за мелкое хищение, влекущее ответственность в административном порядке, так и за уголовно наказуемое хищение.

При увольнении по п. 2 ст. 47 ТК совершение работником виновных действий влекущих утрату к нему доверия, может подтверждаться любыми допустимыми доказательствами. При этом наниматель должен располагать достоверными фактами, подтверждающими наличие вины работника в причинении материального ущерба, создание угрозы его причинения либо совершение иных незаконных действий, которые влекут утрату доверия к работнику.

3. Различия по срокам применения увольнения.

Увольнение по п. 8 ст. 42 ТК в соответствии с п. 3 ч. 1 ст. 198 ТК является дисциплинарным взысканием. По общему правилу увольнение как дисциплинарное взыскание применяется не позднее одного месяца со дня обнаружения дисциплинарного проступка, не считая времени болезни работника и (или) пребывания его в отпуске. Что же касается увольнения по п. 8 ст. 42 ТК, то оно может производиться только при наличии приговора или постановления суда, месячный срок для увольнения исчисляется не со дня обнаружения проступка, а со дня вступления в законную силу приговора суда или со дня принятия решения о наложении административного взыскания. Предусматривается возможность обжалования постановления суда по административному правонарушению, поэтому начало месячного срока для применения увольнения следует исчислять со дня вступления в законную силу постановления об административных правонарушениях.

Прекращение трудового договора по п. 2 ст. 47 ТК в связи с утратой доверия к работнику не является мерой дисциплинарного взыскания, применение которой обусловлено сроками, установленными законом.

Вместе с тем, рассматривая дела о восстановлении на работе лиц, уволенных по указанному основанию, судам следует принимать во внимание время, истекшее с момента совершения виновных действий работника, к которому утрачено доверие нанимателя, последующее поведение работника и другие конкретные обстоятельства, имеющие значение для правильного разрешения спора (п. 44 постановления Пленума № 2).

Полученные результаты. Таким образом, данные основания, для увольнения работника нанимателем, разграничиваются по следующим основным признакам: субъект; основание увольнения; срок применения увольнения. Кроме того, стоит обратить внимание на тот факт, что увольнение по основанию, предусмотренное п. 8 ст. 42 ТК Республики Беларусь, возможно только в случае хищения имущества нанимателя, т.е. имущество должно ему принадлежать на праве собственности. Необходимо отметить и то, что круг субъектов, которых можно уволить за утрату доверия, является достаточно ограниченным. Кроме того, за утрату доверия можно уволить только конкретного работника. Увольнение членов бригады, заключившей согласно ст. 406 ТК Республики Беларусь договор о коллективной материальной ответственности, работник который допустил действия, послужившие основанием для утраты доверия, по п. 2.ст. 47 ТК Республики Беларусь недопустимо.

*Калашникова Яна Андреевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права*

Особенности правового положения унитарных предприятий, основанных на праве оперативного управления

Актуальность. В настоящее время юридические лица, как участники рыночных отношений, являются важнейшими субъектами хозяйствования, и, следовательно, и вносят огромный вклад в экономику страны.

По официальным данным Министерства юстиции Республики Беларусь в 2011 году в общем массиве юридических лиц 47% действовало в организационно-правой форме унитарного предприятия.

Рост соответствующих субъектов хозяйствования обусловлен перестройкой внешнеэкономических связей в республике, созданием совместных предприятий с участием зарубежных партнеров и многими другими причинами. Следует отметить, что в общем виде институт юридического лица в гражданском праве постоянно развивается. Необходимость совершенствования и развития соответствующего института связана с активным вхождением его субъектов в рыночные отношения. Интерес к исследованию и конструированию понятия унитарного предприятия как юридического лица в условиях проявления рыночных отношений приобрел особую значимость, так как для правильного разрешения вопросов и споров, возникающих между субъектами хозяйствования в процессе их взаимодействия, требуется само понимание сущности унитарного предприятия, а так же четкая правовая регламентация деятельности унитарных предприятий.

Унитарные предприятия как юридические лица являются коммерческими организациями, значит, целью их деятельности является именно коммерческая деятельность (получение прибыли). В зависимости от того, в чей собственности находится имущество унитарного

предприятия, различают государственные (республиканские или коммунальные) и частные унитарные предприятия

Методика и содержание исследования. Казенные предприятия - это предприятия, созданные на основе республиканской собственности по решению Правительства Республики Беларусь. Имущество казенному предприятию передается на праве оперативного управления, то есть предприятию передается право пользования имуществом в пределах, определенных Правительством Республики Беларусь, которые оговариваются в уставе унитарного предприятия, утверждаемом Правительством Республики Беларусь в соответствии с требованиями, предъявляемыми ст. 48 ГК Республики Беларусь.

У казенного предприятия объем правомочий по распоряжению имуществом уже, чем у предприятия, основанного на праве хозяйственного ведения, следовательно, оно имеет и меньше правомочий в хозяйственной деятельности. Правомочия же собственника имущества, переданного в оперативное управление предприятию, по распоряжению им значительно шире. Собственник имеет право: устанавливать задания по владению, пользованию и распоряжению имуществом предприятия; изъять излишнее, неиспользуемое либо используемое не по назначению имущество и распорядиться им по своему усмотрению; определять порядок распределения доходов предприятия и др. Казенное предприятие может распоряжаться закрепленным за ним имуществом лишь с согласия собственника.

Особенностью казенного предприятия является то, что оно не может быть признано банкротом.

Правомочия владения, пользования и распоряжения имуществом казенного предприятия образуют содержание субъективного права оперативного управления. Согласно п. 1 ст. 277 ГК Республики Беларусь, пределы его осуществления определяют одновременно четыре положения:

1. Законодательство. Указанные в комментарии к Гражданскому кодексу Республики Беларусь к ст. 276 ГК Республики Беларусь правила по распоряжению государственным имуществом распространяются также на казенные предприятия;

2. Цель деятельности казенного предприятия. Цели деятельности юридических лиц должны быть определены в их учредительных документах;

3. Задания собственника;

4. Назначение имущества.

Собственником имущества, находящегося в оперативном управлении у казенного предприятия, может быть только Республика Беларусь. Правомочия собственника в отношении субъекта права оперативного управления значительно шире, чем в отношении субъекта права хозяйственного ведения, что обусловлено правовым режимом имущества, находящегося в оперативном управлении. В соответствии

со ст. 277 ГК Республики Беларусь собственник закрепленного за казенным предприятием или учреждением имущества:

устанавливает им задания по владению, пользованию и распоряжению этим имуществом;

вправе изъять излишнее, неиспользуемое либо используемое не по назначению имущество и распорядиться им по своему усмотрению.

Статья 278 ГК Республики Беларусь устанавливает специальные правила о распоряжении имуществом казенного предприятия. Казенное предприятие вправе отчуждать или иным способом распоряжаться закрепленным за ним имуществом лишь с согласия собственника этого имущества независимо от отнесения его к движимым или недвижимым вещам.

Произведенная казенным предприятием продукция может быть реализована им самостоятельно, если иное не установлено законодательством. Следует иметь в виду, что возможность самостоятельного распоряжения произведенной продукцией относится только к ее реализации. Другие сделки с этой продукцией требуют согласия собственника.

Согласно п. 2 ст. 278 ГК Республики Беларусь порядок распределения доходов казенного предприятия определяется только собственником его имущества. Представляется, что под доходами в данном случае следует понимать полученную в результате деятельности казенного предприятия денежную сумму приращения его имущества.

Собственник может посчитать эту сумму излишней для казенного предприятия и изъять ее по п. 2 ст. 277 ГК Республики Беларусь, но может дать казенному предприятию задание по использованию этих доходов.

Полученные результаты. Таким образом, унитарное предприятие, основанное на праве оперативного управления (казенное предприятие), по сравнению с унитарным предприятием, основанным на праве хозяйственного ведения, имеет ряд особенностей в правовом регулировании.

Во-первых, казенное предприятие может быть учреждено только по решению Правительства Республики Беларусь, которое и утверждает устав предприятия. Ликвидация и реорганизация казенного предприятия может быть осуществлена только по решению Правительства Республики Беларусь.

Во-вторых, по сравнению с унитарным предприятием, основанным на праве хозяйственного ведения, права казенного предприятия более ограничены. В частности, казенное предприятие вправе отчуждать или иным способом распоряжаться закрепленным за ним имуществом лишь с согласия собственника этого имущества.

Порядок распределения доходов казенного предприятия определяется собственником. Законодательством могут быть установлены ограничения права казенного предприятия на самостоятельное распоряжение произведенной продукцией. Собственник имущества, закреп-

ленного за казенным предприятием, вправе изъять излишнее, неиспользуемое либо используемое не по назначению имущество и распорядиться им по своему усмотрению.

В связи с таким ограничением полномочий казенного предприятия ГК Республики Беларусь устанавливает, что Республика Беларусь несет субсидиарную ответственность по обязательствам казенного предприятия.

*Картавнёва Екатерина Николаевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Рылко Е.И., ассистент каф. права*

Гражданско-правовая ответственность бюджетных учреждений по своим обязательствам

Актуальность. Бюджетное учреждение как одна из наиболее используемых организационно-правовых форм юридического лица представляет собой некоммерческую организацию, созданную собственником для осуществления управленческих, социально-культурных, научно-технических или иных функций некоммерческого характера, деятельность которой финансируется из соответствующего бюджета или бюджета государственного внебюджетного фонда на основе сметы доходов и расходов.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – выявление и исследование проблем ответственности бюджетного учреждения по принятым обязательствам.

В процессе исследования были использованы такие методы как формально-логический метод и метод анализа.

Спорными являются вопросы внутреннего коллизийного регулирования объекта имущественной ответственности бюджетного учреждения, особенности привлечения к субсидиарной ответственности учредителя и условия привлечения учреждения к ответственности.

Бюджетное учреждение отвечает по своим обязательствам находящимися в его распоряжении денежными средствами, а при их недостаточности к субсидиарной ответственности по обязательствам такого учреждения привлекается собственник имущества учреждения, т.е. учредитель. Казалось бы, такая однозначная формулировка не должна была бы вызывать каких-либо споров в судебной практике, но на самом деле острыми становятся вопросы, во-первых, каким имуществом отвечает учреждение, во-вторых, по каким долгам и, в-третьих, каковы условия привлечения учреждения к ответственности.

Бюджетными учреждения называются, поскольку финансируются из бюджета или бюджета государственного внебюджетного фонда на основе сметы доходов и расходов. Бюджетные средства предназначены для реализации установленных собственником (учредителем) целей, в силу чего имеют строгий целевой режим расходования. Однако с разрешения учредителя учреждению может быть предоставлено пра-

во заниматься деятельностью, приносящей доходы, и расходовать их для осуществления возложенных на него задач. В последнем случае учреждению предоставлено право самостоятельного распоряжения доходами, а также приобретенным за счет этих доходов имуществом. Таким образом, правовой режим денежных средств, равно как и имущества, предоставленного учредителем, и средств, полученных от приносящей доход деятельности, а также приобретенного за счет их имущества имеют различный характер. Подобное различие и предоставление права самостоятельного распоряжения повлекли признание в периодической печати этого права как права собственности. В настоящее время инсинуации на этот счет уже бессмысленны – в обоих случаях учреждение владеет имуществом на праве оперативного управления, а собственником имущества, в том числе приобретенного учреждением за счет средств, полученных от самостоятельной приносящей доход деятельности, является учредитель. Однако прибыль, полученная учреждением от приносящей доход деятельности, предусмотренной его учредительными документами, а также приобретенное за счет этой прибыли имущество поступают в самостоятельное распоряжение учреждения и учитываются на отдельном балансе.

Разрешая вопрос о привлечении собственника имущества учреждения к субсидиарной ответственности по долгам учреждения, необходимо иметь в виду следующее, что до предъявления требования к субсидиарному должнику кредитор должен предъявить требование к основному должнику. При этом кредитор вправе предъявить требование к субсидиарному должнику лишь в случае, если основной должник отказался удовлетворить требования кредитора или кредитор не получил от него в разумный срок ответа на предъявленное требование.

И самое главное это то, что собственник имущества учреждения несет субсидиарную ответственность по его обязательствам только при недостаточности у учреждения находящихся в его распоряжении денежных средств.

Полученные результаты. Таким образом, в случае если на доходы, полученные от коммерческой деятельности, учреждением будет приобретено какое-либо имущество (движимое или недвижимое), то взыскание может быть обращено лишь на денежные средства, независимо от того, находятся ли они на отдельном балансе, или выделены по смете собственником.

Если ответственность учреждения возникла в результате ведения им коммерческой деятельности, то в первоочередном порядке взыскание должно быть обращено на денежные средства, полученные от коммерческой деятельности, и лишь при недостаточности последних – на денежные средства, полученные собственником по смете.

Если же ответственность учреждения возникла в результате ведения деятельности (не коммерческой), указанной в учредительных документах, то в первоочередном порядке взыскание должно быть обращено на денежные средства, выделенные собственником по смете, и

лишь при недостатке последних – на денежные средства, полученные от коммерческой деятельности.

В случае недостаточности денежных средств субсидиарную ответственность по обязательствам учреждения, возникшим как в результате ведения деятельности, предусмотренной в учредительных документах, так и коммерческой деятельности, несет собственник соответствующего имущества.

Следует особо подчеркнуть, что любое имущество, приобретенное как по смете, так и в результате ведения коммерческой деятельности, поступает в собственность учредителя учреждения и должно расходоваться на цели, закрепленные в учредительных документах учреждения.

Кириченко Ольга Дмитриевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

К вопросу о правовом регулировании инвестиций в Республике Беларусь

Актуальность. Инвестиции – ключевой элемент экономики страны. Создание благоприятных условий для поступления зарубежного капитала является одним из основных факторов устойчивого социально-экономического развития республики. По итогам анализа в 2011 году поступления иностранных инвестиций в реальный сектор экономики составили 9303,7 млн. долл. По сравнению с аналогичным периодом 2010 года объем инвестиций увеличился в 1,4 раза. Наибольший объем инвестиций, как правило, направлен в сельское хозяйство – 45,6%, промышленность – 7,0%, строительство – 3,7%, транспорт – 2,4%, связь – 1,7%. Широкомасштабная модернизация производственного потенциала страны, развитие сферы услуг требуют постоянного увеличения инвестиционного капитала. В этой связи исследование законодательства, регулирующего инвестиционную политику, приобретает особую актуальность.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – выявление механизма правового регулирования инвестиций в Республике Беларусь. В процессе исследования были использованы такие методы, как метод научного познания и связанные с ним методы историзма и объективности исследования, а также специальные методы: формально-логический, сравнительно-правовой, системный.

Легальное определение понятия «инвестиции» закреплено в ст. 1 Инвестиционного кодекса Республики Беларусь (далее – ИК Республики Беларусь) и согласно ему под инвестициями понимается любое имущество, включая денежные средства, ценные бумаги, оборудование и результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащие инвестору на праве собственности или ином вещном праве, и имущество

венные права, вкладываемые инвестором в объекты инвестиционной деятельности в целях получения прибыли (дохода) и (или) достижения иного значимого результата.

В отличие от ранее действовавшего белорусского инвестиционного законодательства (Закона Республики Беларусь от 29.05.1991 г. № 1242 «Об инвестиционной деятельности в Республике Беларусь», Закона Республики Беларусь от 14.11.1991 г. № 824 «Об иностранных инвестициях на территории Республики Беларусь») в ИК Республики Беларусь содержится только определение понятия «инвестиции» и отсутствует легальное определение понятия «иностранные инвестиции», хотя Раздел IV «Деятельность иностранных инвесторов и коммерческих организаций с иностранными инвестициями на территории Республики Беларусь» законодатель использует термин «иностранные инвестиции», при этом, не раскрывая его содержание. Это свидетельствует о том, что с принятием названного кодекса в Республике Беларусь, в целом, произошел переход к общему регулированию инвестиций, включая национальные и иностранные.

По мере развития в Беларуси финансовых институтов правовое регулирование инвестиционной привлекательности претерпело значительные изменения, что нашло свое отражение в ряде принятых нормативных правовых актов: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 06.06.2008 г. № 818 «О некоторых мерах по обеспечению выполнения инновационных и инвестиционных программ» и Декрет Президента Республики Беларусь от 26.08.2009 г. № 10 «О создании дополнительных условий для осуществления инвестиционной деятельности в Республике Беларусь» (далее – Декрет № 10). Последним документом были определены требования к форме и содержанию инвестиционного договора, порядку его заключения и установлены существенные условия такого договора.

В целях создания условий для эффективного сотрудничества между государством и иностранными инвесторами Декрет № 10 установил возможность взаимодействия инвесторов не только с республиканскими и местными органами, но и с физическими и юридическими лицами, уполномоченными на представление интересов Республики Беларусь по вопросам привлечения инвестиций, а также со специализированной организацией по данным вопросам.

В целом, положения Декрета № 10 направлены как на привлечение инвесторов в Республику Беларусь, так и на защиту интересов государства от недобросовестности иных участников инвестиционных отношений.

В декабре 2010 года Президентом Республики Беларусь была утверждена Государственная инновационная программа на 2011 год, в которой установлены перечень построек и объектов, финансирование строительства которых должно осуществляться за счет средств резервного фонда Президента Республики Беларусь и объемы государственных капитальных вложений в строительство этих объектов, а также

другие актуальные вопросы. Претворение в жизнь мероприятий программы будет способствовать дальнейшему прогрессу в улучшении инвестиционного климата в стране, созданию благоприятных условий для ведения бизнеса.

Полученные результаты. Таким образом, принятые в нашей стране за последние годы нормативные правовые акты позволили сделать значительный шаг на пути к правовому обеспечению инвестиционной привлекательности нашего государства. Вместе с тем актуальной остается проблема дальнейшего совершенствования национального законодательства в области инвестиционной деятельности посредством устранения пробелов и сокращения количества разрозненных правовых актов по данным вопросам. Значительной доработки требует статья 12 ИК Республики Беларусь, в частности необходимо конкретизировать условия национализации имущества иностранных предприятий.

Дальнейшее совершенствование национального инвестиционного законодательства позволит создать не только благоприятные условия для привлечения иностранного капитала, но и обеспечить развитие инвестиционной инфраструктуры, внедрение новых технологий и производств как внутри страны, так и за ее пределами.

*Климова Екатерина Юрьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Краснов В.Д., зав. каф. права*

Ответственность нанимателя за нарушение трудового законодательства

Актуальность. Ответственность личности имеет социальную природу, predetermined как общественным характером отношений, так и особенностями личности, ее местом в системе этих отношений. Социальная ответственность возникает тогда, когда поведение индивида имеет общественное значение и регулируется социальными нормами. В процессе развития общества складываются определенные отношения между людьми в виде взаимных прав и обязанностей, прежде всего в сфере трудовой деятельности.

Юридическая ответственность неразрывно связана с государством, нормами права, обязанностью и противоправным поведением граждан и их объединений. Государство, издавая нормы права, определяет юридическую ответственность субъектов независимо от их воли и желания, она носит государственно-принудительный характер.

Что же касается ответственности нанимателей, то следует сказать, что ежегодно огромное количество исков подается работниками по всей Республики Беларусь против их нанимателей. Этот факт свидетельствует о том, что наниматели достаточно часто нарушают трудовые права работников, что влечет установленную ответственность. Этим и обусловлена актуальность данного исследования.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является тщательное изучение видов ответственности нанимателя за нарушение трудовых прав работника. В общей теории права выделяю четыре вида юридической ответственности: уголовная ответственность за совершение преступления, на основе норм уголовного права; дисциплинарная ответственность за дисциплинарный проступок (нарушение трудовой дисциплины) на основе норм трудового права; материальная (имущественная) ответственность за причинение имущественного вреда на основе норм трудового и гражданского права и, наконец, административная ответственность за совершение административного проступка на основе норм административного права.

Применительно к ответственности нанимателей ведется речь о таких видах ответственности как материальная, административная и уголовная.

Материальная ответственность – это обязанность стороны трудового договора возместить причиненный другой стороне ущерб. Конституция Республики Беларусь предусматривает право граждан на взыскание в судебном порядке как имущественного вреда, так и материального возмещения морального вреда (ст. 60). В развитие этой конституционной нормы принято ряд законодательных актов, регулирующих возмещение морального вреда в различных сферах правоотношений. Под моральным вредом следует понимать испытываемые гражданином физические и (или) нравственные страдания.

Сущность административной ответственности заключается в оказываемом полномочными государственными органами и должностными лицами на совершившего административное правонарушение воздействия, влекущем за собой отрицательные для правонарушителя последствия морального (предупреждение), материального (штрафа) или личного характера (административный арест).

Уголовное законодательство Республики Беларусь не содержит понятия уголовной ответственности, хотя неоднократно обращается к этому термину во многих статьях Общей и Особенной частей. Во многих учебных и научных работах уголовная ответственность определяется как обязанность лица, совершившего преступление, претерпеть лишения личного или имущественного характера, то есть получить наказание, назначенное за совершение преступления. Уголовная ответственность в сравнении с иными видами юридической ответственности обладает наибольшей степенью репрессивности. Она может быть реализована даже путем назначения исключительной меры наказания – смертной казни.

Полученные результаты. Подводя итоги, следует сделать выводы о том, что возникновение самого термина «трудовая юридическая ответственность» объясняется тем, что эта ответственность наступает при реализации трудовых правоотношений или непосредственно связана с возникновением, изменением и прекращением трудовых отношений.

В числе обязанностей нанимателя трудовое законодательство называет обязанность обеспечивать соблюдение законодательства о труде, условий, установленных коллективными договорами, соглашениями, другими локальными нормативными актами и трудовыми договорами (ст. 55 Трудового кодекса Республики Беларусь). Говоря об ответственности нанимателей в общем смысле, то следует сказать, что ежегодно огромное количество исков подается работниками по всей Республики Беларусь против их нанимателей. Этот факт свидетельствует о том, что наниматели достаточно часто нарушают трудовые права работников, что влечет установленную ответственность. Также нужно отметить, что в трудовом законодательстве Республики Беларусь существует ряд проблем, связанных сложностью формулировки, кодификации и восприятия норм трудового права.

*Климова Екатерина Юрьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Краснов В.Д., зав. каф. права*

Создание и правовое регулирование деятельности акционерных обществ в Беларуси: исторический и современный аспекты

Актуальность. Социально-экономические и политические изменения конца 80-х – начала 90-х годов в бывшем СССР привели к появлению частного сектора в экономике Беларуси. Такие организационно-правовые формы предпринимательства как общества с ограниченной или дополнительной ответственностью, а также хозяйственные товарищества используются преимущественно небольшими по размерам предприятиями. Большие масштабы производства требуют иных организационно-правовых форм, позволяющих привлечь и использовать значительно большие капиталы. Такую возможность имеют акционерные общества. Поэтому их возрождение сделалось объективно необходимым для развития новой хозяйственной практики. Развитие акционерного капитала в целом является одним из условий дальнейшего развития экономики и благосостояния нашей страны.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – комплексный анализ законодательства, регулирующего деятельность акционерных обществ, практики его применения, истории развития органов управления акционерными обществами в Республике Беларусь.

В последние десятилетия в Беларуси идёт активное преобразование государственных предприятий в акционерные общества, а также огромное количество новых зарегистрированных акционерных обществ. В настоящее время акционерные общества являются преобладающими, по своему количеству, организационно-правовой формой коммерческих организаций.

Акционерным обществом является организация, созданная на основе добровольного соглашения юридических и физических лиц (в том числе и иностранных), объединивших свои средства путем выпус-

ка акций, и имеющая целью удовлетворение общественных потребностей и извлечение прибыли.

Акционерные общества на территории Республики Беларусь имеют сравнительно недолгую историю. Это объясняется тем, что торговля на территории современной Беларуси в начале XIX века имела локальный характер и испытывала большие трудности, обусловленные слабым развитием коммуникаций, промышленности и т.п. О состоянии экономики Беларуси в докапиталистический период сохранилось весьма мало сведений. Однако постепенное строительство дорог, новое постановление об устройстве купеческих гильдий 1825 года привели к оживлению торговли, возникновению ряда предприятий и предпринимательских объединений.

В качестве прообраза акционерных обществ на территории Беларуси можно считать общество по строительству железной дороги между Пинском и Белостоком. А Минский коммерческий банк, возникший в 1873 году, был одним из первых белорусских акционерных обществ. При его содействии к началу XX века функционировало уже 10 акционерных обществ, например, акционерное общество «Грамофон» (Витебск, 1889 год).

На сегодняшний день акционерные общества проявляют себя как конкурентоспособная, приспособленная к современным условиям организационно-правовая форма, как органическая часть народного хозяйства в сложный переходный период. Тот факт, что акционерное законодательство в советское время носило декларативный характер, а в действительности акционерные общества практически были изъяты из гражданского оборота, а также их столь бурное развитие сегодня и предопределили наличие в действующем законодательстве неточностей, противоречий. Развитие акционерных обществ опережает их правовое регулирование.

Законодательная база Республики Беларусь содержит более 1400 нормативных документов, которые регулируют создание и деятельность акционерных обществ. Весомый нормативный массив акционерного законодательства составляют документы, принятые Президентом и Правительством Республики Беларусь, а также ведомственные акты.

Полученные результаты. Создание акционерных обществ – процесс сложный и многоаспектный. Он касается не только способов создания акционерных обществ, но и тех сфер, в которых образуются акционерные общества. Поэтому данный вопрос регулируется массой нормативных правовых актов. При всем обилии актов, правовое регулирование создания акционерных обществ имеет пробелы и неточности. В частности, должным образом законодательно не проработаны процедуры слияния, разделения. Достаточно разрозненно выглядит регулирование создания акционерных обществ в банковской, инвестиционной, страховой сферах. Весьма перспективным видится более четкая законодательная регламентация и проработка данных вопросов. Это

позволит в несколько раз повысить эффективность использования акционирования в современных реалиях.

Ковалев Евгений Николаевич, студент 3 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет им. А. Кулешиова

Научный руководитель – Трамбачева Т.Д., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. гражданского и хозяйственного права

Третейские суды в Республике Беларусь

Актуальность. Республика Беларусь как участник интеграционных процессов в рамках мировой глобализации и конвергенции экономических систем также предпринимает шаги для внедрения инноваций в механизм государственного регулирования общественных отношений. Яркий пример этому – совершенствование законодательства в области третейского правосудия и третейского разбирательства, придание импульса для развития в стране альтернативного способа разрешения споров.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – анализ новелл национального законодательства относительно становления третейского правосудия в Республике Беларусь, исследование возможных перспектив органичного внедрения альтернативного института разрешения споров в государственную систему регулирования общественных отношений, а также поиск преимуществ третейского правосудия по сравнению с классической системой правосудия в стране через призму процессуальной экономии и минимизации судебных издержек. Методологическую основу исследования составляют основополагающие положения диалектики, формальной логики. Особое место занимают фундаментальные положения общей теории права и философии права, взятые в единстве с общенаучными, специальными и частными методиками.

Третейский суд является одной из древнейших форм разрешения споров. По сути, третейское разбирательство – это такой же способ защиты гражданских прав, как судебный процесс в государственном суде, однако принципиальное различие в природе их возникновения приводит к существенным отличиям третейского суда от государственного.

Третейский суд – это юрисдикционный орган, образованный по соглашению сторон для разрешения их спора с обязательством подчиниться решению этого суда.

Государственная судебная система уже достаточно давно ратовала за создание и полноценное функционирование третейских судов как альтернативы государственному правосудию. Причем, цель поддержки данной идеи совершенно очевидна – разгрузка государственных судов. Ведь государство не может позволить себе увеличивать количественный состав судей пропорционально нарастающему с каждым годом

числу поступающих в суды обращений. Поэтому оно вынуждено искать другие пути снижения нагрузки на судей.

Обсуждение перспектив развития третейского правосудия является достаточно актуальным особенно учитывая то, что двадцать шестого января 2012 года вступил в силу Закон Республики Беларусь «О третейских судах» (далее – Закон).

Третейское разбирательство является по своей сути приватной процедурой, однако это не должно означать, что этому виду судопроизводства не гарантируется поддержка со стороны государства. Обеспечение законности и возможности реального исполнения решений третейских судов взяли на себя хозяйственные суды. В частности, Закон предусматривает принятие мер по обеспечению иска, поданного в третейский суд, обжалование решения третейского суда, его принудительное исполнение. Даже хранение материалов дел, разрешенных судом, будет осуществляться государственными судами. Кроме того, такие факторы привлекательности третейских судов, как низкий размер судебных расходов и быстрый срок рассмотрения дела, оговариваются не в законе, а в регламентах третейских судов, поэтому суды смогут самостоятельно влиять на количество поступающих к ним обращений путем установления в своих регламентах правил, выгодных для спорящих сторон. Если это будет выгодно сторонам – они будут пользоваться услугами третейских судей.

Безусловно, правовое регулирование института третейского разбирательства в Республике Беларусь до разработки Закона не смогло обеспечить достаточного распространения данного вида правосудия в нашей стране. Как раз таки неэффективность применения третейской процедуры разбирательства в Беларуси и целесообразность установления единых правовых основ организации и деятельности третейских судов обусловили необходимость разработки Закона.

Анализируя вышеуказанный нормативный правовой акт достаточно легко можно узреть ряд прогрессивных новелл, имеющих значительный потенциал для активизации в Беларуси института третейского разбирательства. Оценивая цели и перспективы развития в Беларуси системы третейских судов, а также прогнозируя возможную популярность третейского разбирательства с точки зрения предпринимательства третейские суды обладают, по крайней мере, двумя неоспоримыми достоинствами:

- возможность избрать арбитра, являющегося экспертом в той или иной области, в которой возник спор;
- окончательность решения третейского суда (конечно же, при условии соответствия вынесенного решения законодательству).

На сегодняшний день в республике создано уже пять третейских судов: в Минске, Лиде и два суда в Гродно, которые созданы в качестве постоянно действующего третейского суда как обособленное подразделения юридического лица, а также один третейский суд в Ново-

положке, созданный в качестве некоммерческой организации при Полоцком государственном университете.

Третейские суды будут и дальше создаваться, по территориальному и ведомственному признакам. Одна из основных задач при создании таких судов – обеспечение доверия граждан, их уверенности в законности решения. Для этого, в первую очередь, будет тщательно отбираться судейский корпус из наиболее квалифицированных специалистов, получивших признание со стороны коллег и широко известных в профессиональном юридическом сообществе.

Полученные результаты. Таким образом, на сегодняшний день сложились все предпосылки, чтобы третейский суд, разрешающий любые споры, возникающие между сторонами, заключившими между собой третейское соглашение, в том числе между резидентами и нерезидентами Республики Беларусь, был востребован. Однако эффективность и привлекательность института третейского правосудия будет напрямую зависеть от возможных процессуальных выгод, которые она в состоянии предоставить по сравнению с системой государственных судов Республики Беларусь. Следует отметить, что законодатель принял важный шаг для популяризации третейских судов, однако насколько данный элемент окажется рентабельным – покажет только время.

*Ковалева Татьяна Викторовна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Лазарчук Е.А., ст. преподаватель каф. права*

Коммерческое представительство

Актуальность. Гражданским кодексом в гражданский оборот введен новый вид представительства – коммерческое представительство, которое имеет свою специфику.

Методика и содержание исследования. Цель исследования: определить является коммерческий представитель предпринимателем, либо им может быть любое лицо, выполняющее посреднические функции предпринимательских договоров. Коммерческое представительство осуществляется на основании договора (что позволяет отнести этот вид представительства к добровольному или договорному), заключаемого в письменной форме и содержащего указания на полномочия представителя, а при отсутствии таких указаний – также и доверенности. В таком случае объем полномочий представителя определяется в доверенности.

Коммерческим представителем является лицо, которое постоянно и самостоятельно представляет от имени предпринимателей при заключении ими договоров в сфере предпринимательской деятельности. Отсюда следует, что если лицо занимается представительством эпизодически, либо представительство, которое он осуществляет, не

связано с заключением договоров в сфере предпринимательской деятельности, его нельзя считать коммерческим представителем.

Деятельность коммерческого представителя основывается на следующих принципах: 1) самостоятельность; 2) постоянное осуществление; 3) возмездность (за вознаграждение, если иное не предусмотрено соглашением сторон). Самостоятельность предполагает, что деятельность осуществляется от своего имени, на свой риск и под свою ответственность. Постоянное осуществление функций коммерческого представителя предполагает неоднократное получение прибыли. Отсюда вытекает третий принцип – возмездность, т.е. получение вознаграждения. На это указывают нормы Гражданского Кодекса: по договору поручения, связанному с осуществлением обеими сторонами или одной из них предпринимательской деятельности, доверитель обязан уплатить поверенному вознаграждение, если договором не предусмотрено иное. При отсутствии в договоре коммерческого представительства условия о размере вознаграждения или порядке его уплаты вознаграждение уплачивается после исполнения поручения. Его размер определяется исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные услуги. Анализ договорных норм о коммерческом представительстве позволяет установить, что обычно вознаграждение коммерческого представителя составляет определенный процент по всем осуществляемым через него сделкам и выплачивается ежемесячно.

Таким образом, коммерческий представитель вправе рассчитывать на оплату своих услуг только в случае заключения прибыльных сделок. Это не что иное, как рисковый характер деятельности, что присуще и предпринимательским операциям.

Коммерческий представитель обязан действовать в чужих интересах не от собственного имени, а от имени представляемого. Он также не может совершать сделки от имени представляемого в отношении себя лично. Не допускается совершение через представителей сделки, которая по своему характеру может быть совершена только лично, а равно других сделок, указанных в законе.

Следует также помнить о том, что на коммерческого представителя, как и на всякого другого участника гражданского оборота, распространяются общие нормы гражданского законодательства. Так, например, коммерческий представитель обязан осуществлять свои права разумно и добросовестно. Причем разумность действий и добросовестность участников гражданских правоотношений предполагается.

Кроме того, коммерческий представитель, как любой гражданин или юридическое лицо, не может осуществлять свои действия исключительно с намерением причинить вред другому лицу, а также злоупотреблять правом в иных формах.

На коммерческого представителя распространяются общие нормы главы 25 Гражданского кодекса «Ответственность за нарушение обязательств». Причем его ответственность за неисполнение или ненадле-

жащее исполнение поручения является повышенной, т.е. без вины. Достаточно лишь доказанного факта наличия убытков. Это связано с тем, что коммерческий представитель является предпринимателем и, следовательно, освобождается от ответственности только в случае воздействия непреодолимой силы, т.е. чрезвычайных (непредвиденных) и непреодолимых при данных условиях обстоятельствах.

Коммерческий представитель отвечает за действия своих работников, как за свои собственные, и вправе предъявить регрессные требования к своему работнику. Коммерческий представитель отвечает также за действия третьих лиц, если законодательством не установлено, что ответственность несет являющееся непосредственным исполнителем третье лицо.

Поскольку коммерческое представительство осуществляется в сфере предпринимательской деятельности, законодатель ввел специальное требование об обязанности коммерческого представителя сохранять в тайне ставшие ему известными сведения о торговых сделках и после исполнения данного ему поручения.

В отличие от обычного представителя коммерческий представитель вправе одновременно представлять обе стороны в сделке. Но такое представительство возможно лишь с согласия сторон в сделке, а также в других случаях, предусмотренных законодательством.

При одновременном коммерческом представительстве разных сторон в сделке коммерческий представитель обязан исполнять данное ему поручение с заботливостью обычного предпринимателя. Он вправе требовать уплаты предусмотренного договором вознаграждения и возмещения понесенных им при исполнении поручения издержек. Согласно правилу стороны в договоре уплачивают обусловленное вознаграждение и возмещают издержки в равных долях. Отступление от принципа равенства долей возможно, но лишь в случаях, когда это предусмотрено соглашением между ними.

Сведения о торговых сделках, ставшие известными коммерческому представителю, он обязан сохранять как в процессе исполнения данного ему поручения, так и после его исполнения. Особенности коммерческого представительства в отдельных сферах предпринимательской деятельности устанавливаются законодательством.

Можно сказать, что к коммерческим представителям могут быть отнесены профессиональные участники рынка ценных бумаг, осуществляющие посредническую деятельность, т.е. куплю-продажу ценных бумаг за счет и по поручению клиентов, а также страховые посредники.

Полученные результаты. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что коммерческий представитель может быть только предпринимателем, т.е. коммерческой организацией либо индивидуальным предпринимателем, зарегистрированным в установленном порядке. Коммерческим представителем не может быть работник представляемого лица, состоящий с ним в трудовых отношениях.

Предлагаем закрепить соответствующие изменения в Гражданском кодексе Республики Беларусь, которые конкретизировали бы правовой статус и ответственность коммерческого представителя.

*Кораневская Александра Сергеевна, студент 4 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет
Научный руководитель – Новицкая М.В., ст. преподаватель каф. правоведения*

Социальные гарантии и компенсации безработных

Актуальность. В Конституции Республики Беларусь закреплены основные социальные права граждан: право на труд, на свободный выбор работы, на справедливые и благоприятные условия труда. Среди этого следует выделить право на защиту от безработицы. Необходимо отметить, что проблема занятости и права на защиту от безработицы в настоящее время исключительно остра. При таком явлении как безработица государство берет на себя обязанность осуществлять соответствующую социальную помощь. Уровень этих социальных гарантий зависит от возможностей страны на этапе развития.

Методика и содержание исследования. Целью данного исследования является сравнительно-правовой анализ законодательства Республики Беларусь и Российской Федерации на примере социальных гарантий. В соответствии со ст. 10 Закона «О занятости населения в Республике Беларусь» и ст. 12 «О занятости населения в Российской Федерации» государство гарантирует безработным: бесплатную профессиональную ориентацию, психологическую поддержку, профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации с учетом общественных потребностей и др. [2, ст. 10].

Необходимо обратить внимание на то, что законодательство Республики Беларусь в отличие от Российской Федерации намного расширяет перечень гарантий в реализации права граждан на труд.

В настоящее время основными видами гарантий и компенсаций, предоставляемыми в Республике Беларусь и в Российской Федерации являются: выплата в установленном порядке пособия по безработице; выплата стипендий в период профессиональной подготовки, переподготовки или повышения квалификации по направлению службы занятости; возможность участия в оплачиваемых общественных работах, организуемых местными исполнительными и распорядительными органами; оплата в период безработицы по временной нетрудоспособности в случаях, предусмотренных законодательством; возмещение расходов и получение иных компенсаций в связи с переездом в другую местность на новое место жительства и работы по направлению государственной службы занятости [2].

Такая компенсация, как выплата пособия по безработице, является основной из этого списка перечисленного. Она было введено в СССР в 20-х годах. Впоследствии была отменена, так как считалось, что безработица в стране полностью ликвидирована и для нее отсутствуют

социально-экономические основания. После длительного перерыва пособие по безработице введено в Беларуси и России в 1991 г. Наряду с рядом другим мер, такое пособие гарантирует реализацию прав граждан в сфере труда и социальной защиты от безработицы. Подобные пособия установлены практически во всех развитых странах, в которых сложилась многоукладная система экономических отношений [1, с. 127].

На основании Положения о порядке и условиях выплаты безработным пособий и материальной помощи (утвержденное Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 апреля 1993 г.) право на получение пособия имеют граждане, зарегистрированные государственной службой занятости как безработные, не получающие пенсий, пособий (за исключением пособий семьям, воспитывающим детей) либо компенсаций за ущерб, нанесенный здоровью увечьем или иным повреждением, связанным с исполнением трудовых обязанностей в размере, превышающем размер пособия по безработице.

Решение о назначения пособий принимается государственной службой занятости в течении 10 дней с момента регистрации безработного. Выплата пособия по безработице проводится со дня регистрации безработного в центре занятости и сохраняется в период выполнения безработным временной работы, о которой он обязан уведомить центр занятости. Выплата пособия по безработице осуществляется не реже 1 раза в месяц при условии явки безработных в орган по труду, занятости и социальной защите.

В Республике Беларусь в отличие от Российской Федерации пособие по безработице может выплачиваться и предпринимателям, признанным в установленном порядке безработными, если предприниматель в течении не менее 6 месяцев за последний год производил отчисления из личного дохода в Государственный фонд содействия занятости.

Выплата безработному пособия прекращается в случаях: трудоустройства; прохождения профессиональной подготовки; окончания установленного законом срока выплаты и иные случаи [2, ст. 25].

В Российской Федерации период выплаты пособия по безработице, за рядом исключений, не может превышать 12 месяцев в суммарном исчислении в течении 18 календарных месяцев. В случае непредставления оплачиваемой подходящей работы по истечению 18 календарных месяцев безработицы безработный имеет право на повторное получение пособия по безработице.

Для граждан, которые впервые ищут работу (ранее не работали), не имеющих профессии (специальности), стремящихся возобновить трудовую деятельность после длительного (более одного года) перерыва, уволенных за нарушение трудовой дисциплины и другие виновные действия, предусмотренные законодательством Российской Федерации, а также граждан, направленных органами службы занятости на обучение и отчисленных за виновные действия, продолжительность

выплаты пособия по безработице в каждом периоде безработицы не может превышать 6 месяцев в суммарном исчислении в течение 12 календарных месяцев. При этом максимальная продолжительность выплаты пособия для этих категорий граждан не может превышать 12 месяцев в суммарном исчислении в течение 18 календарных месяцев [3, ст. 208].

Согласно Закону Республики Беларусь «О занятости населения в Республике Беларусь» срок выплаты пособия по безработице не может превышать 26 календарных недель в течении каждого 12-месячного периода, исчисленного со дня регистрации в органах о труду, занятости и социальной защите.

Полученные результаты. Исходя из вышеизложенного, необходимо отметить, что каждый человек имеет право на труд, включающее его право на получение возможности зарабатывать на жизнь трудом, а государство должно принимать меры в целях полного осуществления этого права. Государство признает право каждого на достаточный жизненный уровень для него и его семьи. Поэтому, когда гражданин приобретает статус безработного ему предоставляются компенсационные выплаты и гарантии, предусмотренные законодательством, как Республики Беларусь, так и Российской Федерации. Тем самым государство берет на себя обязанность, осуществлять соответствующую социальную помощь.

*Кочина Юлия Валерьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Лазарчук Е.А., ст. преподаватель каф. права*

Порядок рассмотрения отдельных категорий сделок, в совершении которых имеется заинтересованность аффилированных лиц

Актуальность. В связи с новизной правовых норм об аффилированных лицах особенности их правового статуса в белорусской юридической литературе системно не изучены. Практическая востребованность свидетельствует о необходимости проведения комплексного теоретического исследования отношений, складывающихся с участием аффилированных лиц. Особое внимание хотелось бы уделить коллизиям в существующем законодательстве, которые непосредственно касаются сделок, совершаемых хозяйственным обществом с участием аффилированных лиц.

Методика и содержание исследования. Методологическую основу исследования составляет сравнительно-правовой метод, методы грамматического, логического и системного толкования правовых норм, а также формально-юридический метод познания.

Касаясь общего порядка принятия решений по сделкам с участием аффилированных лиц можно указать на следующие положения. В пер-

вую очередь, хотелось бы отметить тот факт, что в отношении принятия решения по рассматриваемому вопросу законодательством не установлена иная процедура, по сравнению с общеустановленным кворумом общего собрания участников. То есть для первого общего собрания, посвященного данному вопросу, необходимо чтобы кворум составлял более 50% голосов, для второго – более 30 % голосов, если и в первом и во втором случае в уставе не предусмотрено большего количества. Так же законодательством Республики Беларусь не установлено, должен ли формироваться кворум исключительно из голосов лиц, не заинтересованных в совершении определенной сделки, либо такой кворум должен определяться голосами любых участников общества. При отсутствии в Законе указания на иное, на наш взгляд, действует общее правило, то есть кворум общего собрания участников для принятия решения о сделке, в совершении которой заинтересованы аффилированные лица, формируется из голосов любых участников, имеющих право голоса в данном органе управления хозяйственного общества.

Из нормы ст. 57 Закона также следует, что решение по сделке, в которой заинтересовано аффилированное лицо, принимается простым большинством от общего количества голосов всех участников хозяйственного общества, не заинтересованных в совершении этой сделки, а не только тех из них, которые присутствуют на собрании.

Такой подход вполне оправдан, поскольку рассматриваемый вопрос затрагивает интересы всех остальных, помимо аффилированного лица, участников общества. Необходимо отметить и тот факт, что в Законе не предусмотрена ситуация, когда в совершении определенной сделки заинтересованы все участники хозяйственного общества. Подобное возможно, например, в случае, если в хозяйственном обществе с двумя участниками один выступает стороной сделки с обществом, а второй представляет его интересы в этой сделке. В такой ситуации соблюдение требования законодателя о получении согласия общего собрания на совершение указанной сделки вообще невозможно. В результате сделка может быть признана недействительной, так как нарушена процедура ее совершения.

Наиболее логичным решением указанной коллизии могло бы стать, по нашему мнению, изъятие из общего правила, предусматривающее, что на подобные сделки ст. 57 Закона не распространяется. В самом деле, ограничение, предусмотренное данной статьей, установлено исключительно в интересах участников, чьи права могут быть нарушены совершением определенной сделки. В рассматриваемой же ситуации, когда оба участника общества заинтересованы в совершении сделки, ничьи права не затрагиваются, а нормы Закона не направлены на защиту интересов самого хозяйственного общества при совершении им сделок, в которых имеется заинтересованность его аффилированных лиц. То есть исключение из общего порядка принятия решения о рассматриваемых сделках в отношении случаев, когда заинтересован-

ность в совершении той или иной сделки не ограничивает права и законные интересы ни самого хозяйственного общества, ни его участников, было бы вполне оправданным.

Закон предусматривает единственное исключение из общего правила: решение общего собрания участников хозяйственного общества о сделке, в совершении которой имеется заинтересованность его аффилированных лиц, может не требоваться в случае, если условия такой сделки существенно не отличаются от условий аналогичных сделок, которые совершались хозяйственным обществом в процессе осуществления им текущей хозяйственной деятельности.

Прежде всего, обратим внимание, что речь в приведенной норме идет об «аналогичных сделках», которые совершались хозяйственным обществом в процессе осуществления им текущей хозяйственной деятельности. В качестве недостатка рассматриваемой нормы отметим то обстоятельство, что законодатель, к сожалению, использовал в ней конструкцию «решение общего собрания... может не требоваться». По нашему мнению, более точной была бы императивная формулировка, а именно: «Решение общего собрания участников хозяйственного общества... не требуется». Имеющаяся формулировка, безусловно, позволяет успешно применять вышеуказанное изъятие, но только в случае, если хозяйственное общество в своем локальном нормативном акте, регулирующем отношения с аффилированными лицами, предусматривает, что именно в такой ситуации общее собрание не созывается и решение по рассматриваемому вопросу не применяется.

На практике могут возникать вопросы по поводу того, в каких случаях условия сделки можно считать существенно не отличающимися от условий аналогичных сделок. Несомненно, требованиям Закона будет соответствовать следующая ситуация: совершение обществом сделки, в которой заинтересовано аффилированное лицо, на условиях, полностью тождественных условиям предшествовавшей по времени сделки общества с иным лицом.

Вместе с тем белорусский законодатель не требует в обязательном порядке полного тождества между условиями сделки, совершенной с третьим лицом, и условиями сделки, совершенной при наличии заинтересованности аффилированного лица. Исходя из положений Закона, сделка с третьим лицом просто должна предшествовать сделке с аффилированным лицом и условия таких сделок не должны существенно отличаться. По нашему мнению, это означает практическое тождество между существенными условиями первой и второй сделки, прежде всего тождество их предмета и объекта – как количественных, так и качественных их характеристик. Должна практически совпадать и цена договора (хотя в части объекта и цены незначительные расхождения могут присутствовать).

Полученные результаты. В связи с приведенными выше положениями необходимо говорить о том, что до тех пор, пока не начнет формироваться судебная практика в данной сфере, сложно будет одно-

значно сказать, в каких случаях указанное изъятие применимо, а в каких нет, за исключением объективной ситуации, связанной с реализацией обществом производимой им продукции. Поэтому необходимо разработать и принять практикообразующее постановление Пленума Высшего Хозяйственного Суда Республики Беларусь в данной сфере.

*Кулешова Ольга Александровна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Шанневский В.М., ст. преподаватель каф. права*

Уголовно-правовые аспекты экономической безопасности предпринимательства

Актуальность. Рассматривая предпринимательскую деятельность в качестве объекта уголовно-правовой охраны, нельзя абстрагироваться от того, какой именно социальный феномен представляет собой эта деятельность в настоящее время, какова его социальная ценность, влияние на общественную и государственную жизнь, судьбы граждан Беларуси.

Осуществление предпринимательской деятельности зачастую сталкивается с действиями, которые можно квалифицировать как преступления. Регулирование данных правонарушений осуществляется уголовным законодательством.

Преступления, совершаемые в сфере бизнеса разнообразны: лжепредпринимательство, незаконная предпринимательская деятельность и др. Именно они и стали объектом уголовно-правового регулирования. Их распространенность и уголовный статус говорит о том, что данная тема является актуальной на данном этапе развития для Республики Беларусь. Случаи совершения преступлений в данной сфере не являются редкостью.

При этой ситуации социальную ценность предпринимательства, как явления, цивилизующего общественную жизнь, несущего развитие прогресса к ответственности за поступки людей, трудно переоценить.

Методика и содержание исследования. Целью исследовательской работы является комплексное исследование теоретических и практических проблем раскрытия и расследования преступлений, связанных с незаконной предпринимательской деятельностью.

При исследовании применялись следующие методы: изучение и анализ научной и специальной юридической литературы, анализ, синтез, сравнение, дедукция, а так же изучение и обобщение судебной практики.

Осуществление предпринимательской деятельности зачастую сталкивается с действиями, которые можно квалифицировать как преступления. Законодательное регулирование данных правонарушений осуществляется уголовным законодательством. Что касается так называемых хозяйственных преступлений, посягающих на общественные от-

ношения, обеспечивающие интересы хозяйствования, то их можно подразделять на несколько групп.

К первой относятся преступления, посягающие на общественные отношения, обеспечивающие интересы хозяйства в сфере финансов, в том числе налоговые преступления, преступления в сфере валютного регулирования, преступления в сфере таможенного регулирования, преступления в сфере обращения драгоценных металлов и камней, а также иных полезных ископаемых.

Во вторую группу включаются преступления, посягающие на общественные отношения, обеспечивающие интересы хозяйства в сфере ценообразования и цен.

К третьей группе относятся преступления, посягающие на общественные отношения, обеспечивающие интересы хозяйства в сфере предпринимательства.

Преступления, посягающие на общественные отношения, обеспечивающие интересы хозяйства в сфере распределения и производства, составляют четвертую группу.

В пятую группу включены преступления, посягающие на общественные отношения, обеспечивающие интересы сельского хозяйства, и в шестую – преступления, посягающие на общественные отношения, обеспечивающие интересы хозяйствования в сфере природы.

Нормальное функционирование организаций и индивидуальных предпринимателей в сфере экономической деятельности предполагает соблюдение исполнителями определенных законов, норм, правил, распоряжений управленческих органов и отдельных руководителей, касающихся самых различных сторон их деятельности, в особенности использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, соблюдения технических и технологических норм и т.д.

В процессе правового регулирования общественным отношениям придается определенность и устойчивость, поскольку установленные правила, с одной стороны, являются указанием наиболее целесообразного поведения субъектов при определенно сложившихся обстоятельствах; с другой стороны, эти правила обеспечиваются поддержкой и охраной государства с целью достижения преследуемого результата. Важное значение для выявления и раскрытия рассматриваемых преступлений имеет учет того, что все они сходны в основных принципиальных чертах с точки зрения механизма слеодообразования, круга и характера носителей и источников криминалистически значимой информации.

Полученные результаты. Таким образом, изменения, которые произошли за последние годы в Республике Беларусь касаются различных сфер жизни, в том числе и экономики. Современная преступность все больше вторгается в эту сферу.

Движение нашей страны к рынку происходит не слишком гладко. Большое внимание необходимо уделить преступлениям в сфере предпринимательской деятельности. Ряд авторов высказывается по данно-

му вопросу, а юристы и законодатель пытаются теми или иными способами оказать противодействие незаконной предпринимательской деятельности. Мнения различных авторов в освещении данного вопроса хоть и различно, но имеют приблизительно одинаковый контекст и базируется на понятиях Уголовного Кодекса Республики Беларусь. Кроме того, важно отметить то, что одной из задач нового законодательства является помощь в развитии и укреплении рыночных отношений в Республике Беларусь с соблюдением прав граждан, юридических лиц и интересов государства. Поэтому данные вопросы должны быть урегулированы на законодательном уровне, так как положение личности не может быть ухудшено из-за пробелов в юридическом материале.

Законом Республики Беларусь от 4 января 2010 года «О внесении изменений и дополнений в некоторые законы Республики Беларусь по вопросу усиления борьбы с преступностью» был усовершенствован механизм освобождения от уголовной ответственности лиц, обвиняемых в совершении преступлений, связанных с причинением исключительно имущественного вреда, в связи с добровольным возмещением ими причиненного ущерба. Так же была пересмотрена система административной и уголовной ответственности за правонарушения в области предпринимательства, обеспечив соразмерность ответственности характеру правонарушения и степени причиненного вреда, в том числе путем снижения минимального и максимального размеров штрафов за совершение административных правонарушений в области предпринимательской деятельности, уточнения и конкретизации перечней смягчающих и отягчающих ответственность обстоятельств и принятия ряда иных мер. Данные аспекты свидетельствуют либерализации существующего законодательства.

*Кунцевич Татьяна Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Лазарчук Е.А., ст. преподаватель каф. права*

Перспективы развития транспортной системы Республики Беларусь и стран СНГ

Актуальность. Основой создания общего транспортного пространства на территории СНГ может стать соглашение о принципах формирования общего транспортного пространства и взаимодействия государств Содружества в области транспортной политики, которое облегчит перевозчикам государств-участников условия пересечения территорий других стран, обеспечивая тем самым повышенную скорость доставки грузов в международном сообщении.

Методика и содержание исследования. Нормативная правовая база сотрудничества Республики Беларусь со странами СНГ в области транспорта включает в себя основополагающие политические и торго-

во-экономические соглашения, заключенные на уровне глав государств и правительств, и документы отраслевого характера многостороннего и двустороннего формата. Республики Беларусь сотрудничает с государствами-участниками СНГ в области транспорта в трех межгосударственных организациях: Исполнительный комитет СНГ, Постоянный Комитет Союзного государства России и Беларуси, Интеграционном Комитете России, Беларуси, Казахстана, Киргизии и Таджикистана.

В соответствии с положениями Концепции дальнейшего развития Содружества Независимых Государств в части экономического сотрудничества подготовлен ряд документов, направленных на углубление сотрудничества в сфере транспорта. На заседаниях Совета глав правительств СНГ утверждены приоритетные направления сотрудничества государств – участников СНГ в сфере транспорта на период до 2020 года (14 ноября 2008 года), принято Соглашение о согласованном развитии международных транспортных коридоров, проходящих по территории государств – участников СНГ (20 ноября 2009 года). Осуществляется формирование, развитие и модернизация участков международных транспортных коридоров, проходящих по территории государств – участников СНГ. Сформированы основные направления транспортных коридоров Евразии (Транссиб, Трасека, Южный, Север-Юг). В области международных автомобильных перевозок на территории государств – участников СНГ Международным союзом автомобильного транспорта реализуется проект развития трех международных автомобильных маршрутов – Северного, Центрального и Южного.

Приоритетными направлениями транспортной политики в отношениях государств-участников СНГ являются:

- проведение правительствами стран-участников СНГ согласованной транспортной политики с учетом либерализации и проведения экономических реформ (формирование общего рынка равных и благоприятных условий для производителей транспортных услуг; проведение согласованной тарифной и налоговой политики и др.);
- согласованная разработка и унификация транспортного законодательства органами законодательной власти стран Содружества.

Основной проблемой для автомобильного транспорта является создание необходимой инфраструктуры на международных маршрутах и повышение качества дорожного сервиса, унификация технологических параметров перевозочного процесса, создание условий для равной конкуренции российских и европейских перевозчиков.

Для развития транспортной системы в нынешних экономических условиях является уникальное географическое положение стран СНГ и, в частности Республики Беларусь.

Полученные результаты. В связи с вышеизложенным, наиболее перспективным представляется рассмотрение развития транспортной системы Республики Беларусь и стран – участниц СНГ через системы международных транспортных коридоров - маршрутов, связывающих

Европу и Азию и включающих автомобильные транспортные пути. Формирование таких коридоров на территории государств – участников СНГ является повышение эффективности внешнеторговых перевозок и обеспечение гарантии их осуществления на основе международных соглашений и договоренностей, укрепляющих экономическую безопасность государств, а также привлечение на национальные коммуникации транзитных перевозок государств Содружества третьих стран и получение за счет этого дополнительного дохода.

Однако для этого необходимо, во-первых, совершенствовать систему мультимодальных перевозок и организовать четкое взаимодействие всех видов транспорта; во-вторых, решить проблему конкурентоспособности маршрутов перевозок, проходящих по территории Республики Беларусь и стран – участниц СНГ; в-третьих, определить роль Республики Беларусь и государств – участников СНГ, а также межгосударственных органов в подготовке законодательно-правовой и нормативной базы, соответствующей целям и задачам развития транспортной системы, а также в поддержке мероприятий в этой области.

Кучерин Михаил Олегович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Кунццкий И.И., ст. преподаватель каф. права

Об ограничениях предпринимательской деятельности в Республике Беларусь

Актуальность. С переходом Республики Беларусь к принципиально новой системе рыночных отношений, отказа от командно-административной системы, однако сохранения частичного государственного вмешательства в хозяйственную сферу, злободневными являются вопросы о постепенном формировании нового вектора либеральных хозяйственных отношений, раскрепощении предпринимательской инициативы. Но при осуществлении хозяйственной деятельности, как юридические лица, так и индивидуальные предприниматели могут столкнуться с явными коллизиями в гражданском праве, которые могут отрицательно сказаться на развитии предпринимательской активности, поэтому выявление данных коллизий, определение их основных путей развития являются одним из важнейших направлений развития гражданско-правовых наук.

Методика и содержание исследования. На современном этапе развития экономических отношений осуществлять хозяйственную деятельность в одиночку просто невозможно. Разумеется, лица, занимающиеся такой деятельностью, и в частности, индивидуальные предприниматели, для совершенствования производственных отношений заинтересованы в привлечении в экономические отношения физических и (или) юридических лиц. Но различные нормативные правовые акты содержат разные критерии привлечения индивидуальными предпринимателями вышеупомянутых лиц к сотрудничеству. Так, в гражд-

данском законодательстве содержатся правовые основы ограничения индивидуальной предпринимательской деятельности гражданина. В соответствии со ст. 22 Гражданского кодекса Республики Беларусь количество физических лиц, привлекаемых индивидуальным предпринимателем на основании гражданско-правовых и (или) трудовых договоров для осуществления предпринимательской деятельности, а также количество имущества, используемого для этих целей, может быть ограничено законодательными актами. Как видно, ограничения касаются привлечения физических лиц и использования имущества, но не затрагивают права индивидуального предпринимателя на привлечение юридических лиц.

Казалось бы, такое ограничение установлено частью второй пункта 2 Указа Президента Республики Беларусь от 18.06.2005 N 285 «О некоторых мерах по регулированию предпринимательской деятельности» (далее – Указ N 285). С 1 января 2008 г. индивидуальная предпринимательская деятельность может осуществляться только с привлечением членов семьи и близких родственников. Но в таком случае утверждение о запрете на привлечение юридических лиц вступало бы в противоречие с абзацем второй части первой пункта 2 Указа N 285, которым допускается заключение гражданско-правовых договоров с юридическими лицами. Из всего этого напрашивается более логичный вывод о том, что допускается заключать договоры с юридическими лицами, если работы и услуги от имени юридического лица будут фактически выполняться членами семьи или близкими родственниками индивидуального предпринимателя. Очевидно, что на практике такая схема не жизнеспособна. Правда, остается еще одно объяснение особенностям юридической конструкции пункта 2 Указа N 285. Можно предположить, что запрет в отношении индивидуальных предпринимателей вводился как временная мера, после отмены которой правовая норма вновь обретет первоначальный смысл. Поскольку нет ничего более постоянного, чем временное, о чем может свидетельствовать не оправдавшая ожидания по вопросам найма иных лиц Директива Президента Республики Беларусь от 31.12.2010 N 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь», обратимся к рассмотрению правоприменительной практики.

В практической деятельности возникла масса вопросов, которые не перестают появляться и сейчас, о том, что следует понимать под привлечением иных лиц в процесс осуществления предпринимательской деятельности. Разъяснение данного вопроса было осуществлено в «Информационном письме по вопросу о привлечении индивидуальными предпринимателями физических лиц по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам» (далее – информационное письмо) Министерства юстиции Республики Беларусь от 18 января 2008 года. Следует сразу оговориться, что письмо не относится к нормативным правовым актам, следовательно, и к законодательству. Тем более ни

один суд у нас в стране согласно ст. 112 Конституции Республики Беларусь не правомочен вынести своё решение полагаясь не на нормативно правовые акты. В информационном письме делается вывод, что «определяющим признаком привлечения индивидуальным предпринимателем физических лиц для занятия предпринимательской деятельностью является участие таких лиц непосредственно в деятельности, обеспечивающей получение индивидуальным предпринимателем прибыли». На основании этого формулируется положение о том, что ограничение численности привлекаемых для занятия предпринимательской деятельностью физических лиц не касается договоров, заключаемых предпринимателями на выполнение для них работ либо оказание им услуг сопутствующего характера:

- оказание услуг по сертификации продукции, а также государственной гигиенической регистрации;
- оказание услуг по обслуживанию кассовых суммирующих аппаратов;
- оказание услуг по погрузке, разгрузке, перевозке и транспортной экспедиции;
- предоставление в аренду торговых объектов;
- оказание банковских услуг;
- оказание услуг по статистическому декларированию товаров;
- оказание услуг таможенного агента;
- оказание услуг по уборке, техническому обслуживанию (коммунальные услуги) и (или) охране торговых объектов;
- оказание аудиторских и юридических услуг;
- оказание услуг по ведению бухгалтерского учета и отчетности.

На основании положений изложенных в информационном письме можно сделать довольно противоречивый вывод, из которого следует, что аренда любых других предметов, в том числе лизинг, авторам информационного письма, видимо, представляется уже неправомерной, что противоречит принятым позднее актам Президента Республики Беларусь, касающимся вопросов аренды. Если следовать этому перечню, то индивидуальный предприниматель не сможет отремонтировать автомобиль-такси, да и заправить он его не сможет, так как вступает в договорные отношения с автозаправочной станцией или автомастерской, что в своей сути является довольно абсурдным ограничением предпринимательской деятельности. Получается, что любая индивидуальная предпринимательская деятельность, связанная с потреблением электроэнергии, использованием мобильной связи и Интернета, рекламных услуг и т.п., становится вне закона. На наш взгляд, сделав перечень сопутствующих работ и услуг исчерпывающим, разработчики информационного письма противопоставили его основному выводу о том, что запрещается привлечение иных физических лиц, если выполняемые ими работы и услуги классифицируются по тому же виду экономической деятельности, осуществляемой предпринимателем.

Полученные результаты. На основании проведенного анализа ряда норм гражданского законодательства и правовых актов, не являющихся нормативными (в частности, Информационного письма, исходящего от нескольких ведомств Республики Беларусь), мы считаем целесообразным для развития предпринимательской деятельности и деловой активности у населения разрешить индивидуальным предпринимателям привлекать по трудовым и (или) гражданско-правовым договорам неограниченное количество юридических лиц, для осуществления ими (индивидуальными предпринимателями) своей коммерческой деятельности.

Кучерин Михаил Олегович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права

Роль директивы Президента Республики Беларусь в развитии экономических отношений

Актуальность. Переход Республики Беларусь к принципиально новой системе рыночных отношений, а именно «социально ориентированной рыночной экономике», оставления за государством лишь частичного регулирования хозяйственных отношений, ставит вопросы о постепенном формировании нового вектора либеральных хозяйственных отношений, раскрепощении предпринимательской инициативы. В развитии предпринимательской деятельности в нашей стране заинтересованы не только сами граждане, но и государство. Необходимо отметить, что активную позицию по данному вопросу занимает и Президент Республики Беларусь, в том числе путём издания соответствующих нормативных правовых актов, стимулирующих предпринимательскую деятельность и активность граждан.

Методика и содержание исследования. Либерализация условий экономической деятельности, начатая в стране несколько лет назад, пока имеет противоречивые результаты. С одной стороны, произошел количественный рост субъектов малого и среднего предпринимательства, с другой – их вклад в экономику страны практически не изменился. В Совете по развитию предпринимательства в Республике Беларусь считают, что потенциал предпринимательства в Беларуси используется недостаточно. Чтобы исправить сложившуюся ситуацию и повысить уровень предпринимательской и деловой активности граждан государство всячески стимулирует развитие данных видов деятельности. Одним из таких видов деятельности является издание нормативных правовых актов. Остановимся на формально-юридическом анализе Директивы Президента Республики Беларусь № 4 от 31.12.2010 г. «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь».

Характерные черты белорусского предпринимательства в настоящее время – сосредоточение его субъектов преимущественно в сфере

мелкой торговли, слабое развитие бизнеса в реальном секторе экономики, низкий инвестиционный и инновационный потенциал. В преамбуле документа указаны проблемы, сдерживающие развитие бизнеса в стране, в частности затрудненный доступ субъектов предпринимательства к финансовым ресурсам, высокий уровень фискальных изъятий, несоразмерность вины и ответственности за допущенные правонарушения при осуществлении экономической деятельности.

Для создания благоприятных условий развития бизнеса Совет по развитию предпринимательства разработал комплекс мер, направленных на: стимулирование и поддержку предпринимательства в сфере налогообложения и имущественных отношений, финансово-кредитную поддержку малого и среднего предпринимательства, а также экспортной и инвестиционной деятельности и др.

В целях совершенствования системы административной ответственности за правонарушения в экономической сфере предлагается применять санкции лишь за нарушения, повлекшие нанесение экономического ущерба государству; исключить применение мер ответственности за нарушение формальных процедур или сроков их исполнения; судебный порядок взыскания денежных средств; наложение ареста на счета юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в банках; приостановление операций по счетам и самой коммерческой деятельности. Предлагается также отменить обязательные нижние пределы санкций по отдельным статьям некоторых кодексов Беларуси (с сохранением применения общих минимальных размеров штрафов); существенно снизить верхние границы штрафов.

Для стимулирования имущественных отношений нужно предоставить субъектам малого бизнеса право выкупа по остаточной стоимости имущества, арендуемого ими в течение трех и более лет для осуществления производства товаров (выполнения работ, оказания услуг). Также решается вопрос о возможности выкупа объектов в рассрочку (с правом залога этих объектов в качестве обеспечения оплаты) без индексации стоимости имущества в течение периода рассрочки. При этом необходимо подчеркнуть необходимость гарантии необратимости процессов приватизации государственного имущества.

В системе налогообложения требуется исключить практику повышения налоговых платежей; введения новых видов налогов, сборов и платежей в течение ближайших трех лет, установить для индивидуальных предпринимателей ставки единого налога в белорусских рублях с ежегодной их индексацией в соответствии с законом о бюджете на очередной финансовый год и т.д.

Предусматривается введение ответственности должностных лиц органов государственного управления за любые формальные и неформальные ограничения для субъектов хозяйствования государственной формы собственности на закупки комплектующих у субъектов малого предпринимательства, размещение у них заказов на производство отдельных деталей и узлов, выполнение работ и услуг.

В целях повышения доступа малого бизнеса к финансово-кредитным ресурсам предлагается создать в областях гарантийные фонды. В документе отмечена необходимость исключения требований о создании (увеличении) доли государства в уставных фондах малых и средних предприятий при получении ими льгот по налогам и другим платежам в бюджет, целевых дотаций, субсидий и других мер государственной поддержки.

Комплекс мер по стимулированию инвестиционной и экспортной деятельности предусматривает установление нулевой ставки ввозной таможенной пошлины на ввозимое технологическое оборудование (независимо от его таможенной стоимости и страны происхождения), а также предоставление на него рассрочки (до трех лет) по уплате НДС. На стимулирование экспортной деятельности направлено освобождение малых предприятий от налога на прибыль в части прибыли, полученной от экспорта продукции собственного производства, и упрощение порядка подтверждения факта экспорта товаров (работ, услуг) в Российскую Федерацию.

Необходимо отметить и снижение госрегулирования в вопросах оплаты труда. При этом оговаривается необходимость сохранения госрегулирования минимального уровня заработной платы. Ожидается, что все затраты по оплате труда, включая выплаты стимулирующего характера, будут в полном объеме относиться на себестоимость продукции (товаров, работ или услуг). Единому тарифно-квалификационному справочнику и Единой тарифной сетке планируется придать рекомендательный характер.

Полученные результаты. Определяя основной вектор развития малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь необходимо констатировать, что для увеличения роли частного сектора в системе рыночных отношений нужно предоставить возможность индивидуальным предпринимателям привлекать труд наемных работников, не относящихся к членам семьи и близким родственникам, а также законодательно определить субъектов семейного предпринимательства и условия их деятельности. Необходимо отметить, что Директива Президента Республики Беларусь № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь» четко определила основные тенденции по развитию предпринимательства в Республике Беларусь.

*Лесовая Алеся Федоровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права*

Общие положения права частной собственности на землю

Актуальность. Частная собственность – это закрепление права контроля экономических ресурсов и жизненных благ за отдельными людьми или их группами. Частная собственность предполагает опре-

деленное отторжение от других лиц, не относящихся к числу владельцев, права контроля за определенными объектами – капиталом, землей, доходом, конечными товарами и т. д. Все они теперь становятся персонифицированными и имеют конкретных владельцев.

Проблема совершенствования правового регулирования земельных отношений в Республике Беларусь в последнее время стала одной из наиболее актуальных и широко обсуждаемых не только среди юристов, законодателей и политиков, но и в обществе в целом. Мнения участвующих в дискуссии сторон полярные. Существующее пристальное внимание к земельному вопросу объясняется особым значением земли в обеспечении жизнеспособности и самодостаточности общества, развитии национальной экономики.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является изучение вопросов возможности перехода права собственности на землю на определенных условиях из государственной в частную собственность.

Земля, ее недра, леса, животный мир и другие ресурсы составляют основу жизнедеятельности людей. Беларусь обладает уникальными богатствами, созданными самой природой, и эти богатства – её земли.

Право собственности является наиболее полным по содержанию правом на имущество. По своей правовой природе – это одно из основных вещных прав. Выступая в качестве объекта права собственности, земля приобретает особенные правовые черты: она становится «имуществом» или «вещью» – тем предметом гражданского, а теперь еще и земельного права, который отличают особые юридические признаки.

Право частной собственности граждан на землю в Республике Беларусь на современном этапе была введена после распада СССР, когда про такое понятие практически никто не слышал, ведь при СССР существовали на самом деле только коллективная, государственная собственность и элементы индивидуальной собственности, поэтому введение права частной собственности граждан на землю породило различные полярные позиции при освещении этого вопроса. Это в свою очередь возникло из-за того, что долгое время в нашей стране существовал стереотип, как поведения, так и мышления, что всё общественное, а значит, принадлежит всем и одновременно никому.

Но последние глобальные преобразования и изменения системы ценностей породили некий интерес общества к продуктам своей деятельности. Общество, если можно так сказать, обратило свой взор на экологию, и на причины, которые влияют на её ухудшение. Земля же является неотъемлемой частью экологической обстановки, а сама собственность на землю это тот стимул, который ещё мало-малыски, но помогает многим людям на Земле просто не умереть с голода.

Право частной собственности на землю представляет собой правовой институт, закрепляющий принадлежность земли участникам экономических отношений, кроме государства.

Для эффективной реализации права частной собственности следует установить круг его субъектов. В нынешнем законодательстве право частной собственности на землю включает в себя собственность физических лиц – граждан Республики Беларусь и собственность юридических лиц Республики Беларусь, собственность иностранных государств.

В соответствии со статьей 213 Гражданского кодекса Республики Беларусь субъектами права частной собственности являются физические и негосударственные юридические лица.

На основании статьи 4 Кодекса Республики Беларусь о земле субъектами земельных отношений на землю являются:

- граждане Республики Беларусь;
- иностранные граждане и лица без гражданства;
- индивидуальные предприниматели;
- юридические лица Республики Беларусь;
- иностранные юридические лица и их представительства;
- иностранные государства;
- дипломатические представительства и консульские учреждения иностранных государств;
- международные организации и их представительства.

Объектами частной собственности на землю являются земельные участки. В частной собственности граждан Республики Беларусь могут находиться земельные участки, предоставленные:

- для строительства и (или) обслуживания жилого дома;
- обслуживания зарегистрированной организацией по государственной регистрации недвижимого имущества (Государственным комитетом по имуществу) квартиры в блокированном жилом доме;
- ведения личного подсобного хозяйства;
- коллективного садоводства;
- дачного строительства

Объектом права частной собственности выступает индивидуально определенный земельный участок как часть поверхности земли, границы которого описаны и удостоверены в установленном порядке. Право собственности на земельный участок распространяется на находящиеся в границах данного участка поверхностный (почвенный) слой, замкнутые водоемы, леса и растения. Собственник земельного участка вправе использовать по своему усмотрению все, что находится под поверхностью участка, если иное не предусмотрено законодательством.

Общее содержание права частной собственности на землю может быть раскрыто через совокупность исключительных субъективных правомочий собственника, каждое из которых имеет свою специфику.

Собственник земельного участка имеет право самостоятельно хозяйствовать на земле. Ему принадлежит право на выбор форм хозяйствования (самостоятельной, индивидуальной или в составе коллектива),

планирования хозяйственной деятельности, ее финансирование, независимость от других лиц, государства. Собственник подчиняется только закону, установленным в нем нормам и правилам. Собственник земли вправе самостоятельно, по своему усмотрению установить структуру посевных площадей, определить сроки проведения сельскохозяйственных и иных работ на земле, применять (или не применять) почвозащитные технологии выращивания сельскохозяйственных культур и др.

Полученные результаты. Одной из фундаментальных гарантий существования права частной собственности является установление в ст. 13 Конституции Республики Беларусь положений, в которых закреплено, что в нашей стране признаётся и защищается равным образом частная и государственная форма собственности. Важной, не всегда принимаемой во внимание особенностью этого перечня форм собственности является вынесение частной собственности (в том числе и в сфере земельных, гражданских и иных правоотношений) на первое место в данном исследовании. Это тесно связано с провозглашением прав и свобод человека и гражданина наивысшей ценностью общества и государства, а их соблюдения и защиты – обязанностью государства, и со стремлением сохранить в экономической системе страны характерной для частной собственности весьма эффективной личной заинтересованности человека, которая связана с необходимостью возродить частную собственность на землю в Беларуси, уделяя ей особое внимание.

Таким образом, право частной собственности на землю есть (наряду с отдельно взятым институтами земельного права) закреплённое законами и другими нормативными правовыми актами определённое состояние принадлежности материальных благ субъекту, охраняемое нормами едва ли не всех отраслей права.

*Лойко Мария Вячеславовна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права*

Поручительство как способ обеспечения исполнения обязательств

Актуальность. Предпринимательская деятельность в сельском хозяйстве обычно связана с экономическим риском, ее участники заинтересованы в исполнении принятых на себя обязательств. В то же время возможность их неисполнения сохраняется и стороны договора, стремясь к снижению риска. Наличие между сторонами обязательственных правоотношений еще не гарантирует их надлежащее исполнение, при этом имущественный ущерб всегда несет кредитор (одна из сторон договора). Нарушение полностью или частично условий договора может привести к нежелательным последствиям в виде несения убытков, потери доверия со стороны партнеров и даже начала проце-

дуры банкротства. Зависимость кредитора от возможного противоправного поведения должника компенсируется ответственностью последнего, которая представляет собою форму косвенного принуждения к исполнению.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является изучение отдельного способа исполнения обязательства в кредитных отношениях через использование метода формально-юридического анализа.

В процессе исследования такого разнопланового института как договор поручительства в сфере гражданского права будет также использован целый ряд специальных научных методов, среди которых особо выделим метод анализа и синтеза, а также метод прогнозирования.

Современные правовые системы содержат различные способы обеспечения обязательств, которые могут отличаться друг от друга по методам достижения цели, степени воздействия на должника, закреплении гражданско-правовых средств обеспечения обязательств в различных нормативных актах. В ст. 310 Гражданского кодекса Республики Беларусь среди способов обеспечения исполнения обязательств выделяют неустойку, залог, удержание имущества должника, поручительство, задаток, банковскую гарантию. Данный перечень не является исчерпывающим, так как дается возможность применять и другие способы, предусмотренные законом или договором.

Одним из распространенных способов обеспечения исполнения обязательств по кредитным договорам является поручительство, сущность которого заключается в том, что поручитель обязывается перед кредитором другого лица отвечать за исполнение последним его обязательства полностью или в части. Можно сказать, что поручительство – это особая разновидность обязательства лица (поручителя) перед кредитором другого лица (непосредственного или главного должника) отвечать за исполнение последним его обязательства полностью или в части. Финансовое – правовое значение указанного договора состоит в исполнении поручителем денежного обязательства за должника и приводит к тому, что часть средств поручителя выбывает из его хозяйственного оборота. Поручитель как бы одалживает должника, кредитуя его на период просрочки исполнения обязательства перед кредитором, увеличивая тем самым его имущественный актив. Поручительство применяется в отношениях между гражданами, между гражданами и организациями, а иногда и между организациями. Поручительство используется обычно в том случае, когда у должника недостаточно средств и возможностей для исполнения обязательства перед кредитором. Договор поручительства направлен на обеспечение основного обязательства. Последнее, как правило, носит регулятивный характер и опосредует нормальное развертывание соответствующего имущественного отношения. При неисполнении или ненадлежащем исполнении основного обязательства у кредитора возникает новое, не существовавшее ранее охранительное субъективное гражданское право, а у

основного должника – корреспондирующая этому праву охранительная гражданско-правовая обязанность. Одновременно с этим появляется обусловленное договором поручительства охранительное обязательство между кредитором по основному обязательству и поручителем, которое состоит из притязания кредитора и корреспондирующей ему охранительной обязанности поручителя.

Незначительная часть ученых - юристов, которые рассматривают данную проблему, указывают на возможность существования компенсационного поручительства (поручитель обязуется компенсировать в денежном эквиваленте величину обязательства должника либо выполнить за должника его денежное обязательство) и замещающего поручительства (поручитель принимает на себя обязанность исполнить само обязательство должника, например, поставить товар). Однако законодательство Республики Беларусь, как и современное законодательство Российской Федерации, не регламентирует замещающее поручительство. Тем не менее, данный вид поручительства широко используется в зарубежной практике (Франция, Германия, Швеция). Возможно, белорусскому законодателю стоит проанализировать и перенять данный вид поручительства, тем самым расширив сферы применения данного способа обеспечения исполнения обязательств в Республике Беларусь.

Поручительство повышает для кредитора вероятность исполнения обязательства, поскольку в случае его нарушения должником кредитор может предъявить свои требования поручителю, то есть здесь дополнительное обеспечение заключается в том, что в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства кредитор вправе предъявить требования двум лицам – должнику и поручителю по выбору. Эта ответственность может касаться обязательства полностью или в части и состоять в уплате процентов, возмещения убытков, уплаты неустойки и др. Но самим договором поручительство может быть ограничено только частью требования кредитора с установлением субсидиарной ответственности поручителя, т.е. ответственности лишь в той части долга, которая не может быть взыскана с должника. В отличие от залога, когда кредитор действует по принципу римского права «верю не лицу, а вещи» и предоставляет должнику реальный (обеспеченный имуществом) кредит, в данном случае предоставляется личный (основанный лишь на доверии) кредит.

Значение обеспечения исполнения обязательств по договору поручительства состоит в том, что оно: стимулирует должника к выполнению им своего обязательства перед кредитором; поддерживается взаимный интерес и доверие контрагентов; укрепляет обязательство (правоотношения) как основу отношений в хозяйственном обороте.

Полученные результаты. Главной особенностью обеспечительных обязательств является их акцессорный характер, который проявляется в следующем:

- недействительность основного обязательства влечет недействительность акцессорного; прекращение основного обязательства влечет прекращение акцессорного;
- переход прав по основному обязательству влечет переход прав по акцессорному, кроме случаев, предусмотренных договором (законом).

Можно сделать общий вывод о свойстве акцессорности договора поручительства: обеспечение всегда связано с конкретным обязательством, таким, каким оно было на момент установления обеспечения.

Таким образом, для возникновения правоотношения поручительства всегда должно существовать основное правоотношение – между кредитором и должником и, следовательно, основное обязательство, исполнение которого и будет обеспечиваться поручительством.

Поэтому, прежде чем заключить договор поручительства, кредитор должен убедиться в действительности основного обязательства, так как если сам основной договор недействителен, то права кредитора никак не гарантированы. И поэтому кредитор должен проверить действительность и основного, и дополнительного обязательства.

В целом интерес к институту обеспечения исполнения кредитных обязательств со стороны кредиторов возрос и они стали более внимательно относиться к оформлению кредитных сделок и соблюдать все правовые тонкости при заключении договора поручительства.

Малахова Юлия Андреевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права

О необходимости комплексного исследования института предпринимательства в Республике Беларусь

Актуальность. Предпринимательство занимает немаловажное место в политической и экономической системе государства. В связи с тем, что Республика Беларусь находится на сложном этапе своего развития, становление предпринимательства происходит в непростых условиях выбора путей функционирования в системе рыночной экономики и формирования новой правовой системы в государстве.

Практическое решение многих проблем развития и становления предпринимательства осложняется отсутствием их теоретических разработок. К числу наиболее важных проблем относится правовое регулирование предпринимательской деятельности.

Методика и содержание исследования. В соответствие с нормами гражданского законодательства, предпринимательство (предпринимательская деятельность) – самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и

направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, произведённых, переработанных или приобретённых оказанными лицами для продажи, а также от выполнения работ или оказания услуг, если эти работы или услуги предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления. Предпринимательскую деятельность можно рассматривать в разных аспектах: организационном, экономическом, юридическом. Организационный аспект выражается в целенаправленности деятельности субъектов предпринимательства. В экономическом аспекте предпринимательство рассматривается через систему отношений между субъектами и объектами предпринимательства. В юридическом аспекте термин «предпринимательство» широко используется в действующем законодательстве (гражданском, хозяйственном и т.д.).

О значимости субъектов хозяйствования в экономическом механизме страны говорят следующие факты. Министерством юстиции Республики Беларусь проанализирована работа регистрирующих органов республики по государственной регистрации субъектов хозяйствования в 2011 году, который Главой государства был объявлен Годом предпринимчивости. За 2011 год в республике зарегистрировано 56357 субъектов хозяйствования: 14395 юридических лиц и 41962 индивидуальных предпринимателя. По сравнению с 2010 годом, общее количество зарегистрированных субъектов хозяйствования выросло на 2692, причем значительно выросло количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей: на 3686 человек. Таким образом, Год предпринимчивости был отмечен ростом активности граждан, желающих начать свой бизнес в качестве индивидуального предпринимателя.

Из 14395 зарегистрированных юридических лиц большинство составляют унитарные предприятия и общества с ограниченной ответственностью: 43% и 41,5% соответственно. Иные организационно-правовые формы в совокупности составляют менее 16% от общего числа юридических лиц. Наибольшее количество субъектов хозяйствования зарегистрировано в Минске и Минской области: 16012 и 8488 соответственно. Кроме того, в указанный период было зарегистрировано 637 организаций с иностранными инвестициями, что полностью соответствует уровню государственной регистрации в прошлом году.

Вышеуказанному росту числа субъектов хозяйственной деятельности поспособствовало принятие целого ряда нормативных документов, направленных на либерализацию экономической деятельности и некоторых административных процедур.

В то же время анализ практики применения норм, регулирующих отношения по поводу и в связи с осуществление предпринимательской деятельности позволяет выделить в качестве одной из основных проблем осуществления такого рода деятельности как раз именно административные процедуры. В качестве недостатков, присущих всем административным процедурам, можно назвать большой документооборот и объем отчетности, трудности в получении информации о часто ме-

нящихся нормах и правилах, а также высокие штрафные санкции за их несоблюдение.

Полученные результаты. Как было отмечено выше, неоспоримым является тот факт, что предпринимательство занимает немаловажное место в политической и экономической системе государства. В то же время белорусское законодательство еще далеко от состояния, максимально отвечающего требованиям современного развития предпринимательства. Наличие энного количества нормативных актов еще не гарантия того, что все вопросы в сфере предпринимательства решены. Можно с большой долей уверенности говорить о том, что из-за нерешенности многих предпринимательских вопросов общество несет значительные, в первую очередь экономические издержки. Назрела необходимость в тщательном изучении и анализе публично-правового межотраслевого и межсистемного механизма регулирования предпринимательства. Должное развитие должно получить теоретическое исследование проблем государственно-правового регулирования предпринимательства и разработка рекомендаций по его совершенствованию. Ведь зачастую практические действия по государственно-правовому регулированию предпринимательства, особенно индивидуального, сопровождаются наличием определенной социальной напряженности в обществе, особенно в его предпринимательских слоях.

*Малахова Юлия Андреевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права*

Заключение хозяйственного договора

Актуальность. Договор в рыночных отношениях имеет огромное значение, так как является основным регулятором взаимоотношений между субъектами предпринимательской деятельности. Это наиболее часто встречающееся и экономически значительное основание возникновения обязательств. Договор выступает основным способом реализации таких принципов экономического оборота, как возмездность и эквивалентность.

Договор стал основной правовой формой организации экономических связей между равноправными субъектами. Он выступает в качестве средства планирования. На основе заключённых договоров формируется производственная программа предприятия, разрабатывается инвестиционная программа. Актуальность вопроса заключения хозяйственных договоров состоит и в том, что на данный момент ни одно предприятие, ни одна организация не обходится без соблюдения процедуры оформления взаимных правоотношений, т.е. заключения договора.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – изучение понятия и роли хозяйственного договора, рассмотрение и выявление отличительных признаков хозяйственного договора, которые

отличают его от других видов договоров, рассмотрение общего порядка заключения хозяйственных договоров.

Хозяйственный договор – это соглашение двух или нескольких субъектов хозяйствования, направленное на установление, изменение или прекращение прав и обязанностей в процессе осуществления хозяйственной деятельности.

Многие авторы подчеркивают, что хозяйственный договор является разновидностью гражданско-правового договора с присущими ему специфическими особенностями. Так, отличительными признаками хозяйственного договора являются:

1. Хотя бы одной из сторон должен быть субъект хозяйственной деятельности – индивидуальный предприниматель или коммерческая организация;

2. Хозяйственный договор является плановым, так как неотъемлемым элементом деятельности любого субъекта хозяйствования является планирование;

3. Хозяйственный договор всегда направлен на достижение основной хозяйственной цели – получение прибыли.

Процедура заключения хозяйственных договоров состоит из двух основных стадий: предложения (оферты) и принятия предложения (акцепта). Предложение заключить договор налагает на оферента определённые обязанности и ответственность. Ответственность может заключаться в обязанности возмещения убытков при отказе от собственного предложения, если акцептант начал подготовку к заключению или исполнению договора и понёс определённые затраты.

Договор признается заключённым в момент получения лицом, направившим оферту, ее акцепта. Если в соответствии с законодательством для заключения договора необходима также передача имущества, договор считается заключённым с момента передачи соответствующего имущества (реальный договор).

Порядок заключения хозяйственных договоров подчиняется, прежде всего, требованиям, установленным для гражданско-правовых договоров. Договор считается заключённым, если между сторонами в требуемой в подлежащих случаях форме достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законодательстве как существенные для договора данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Полученные результаты. Таким образом, заключение хозяйственного договора – это встречные договорно-процедурные действия двух или более хозяйствующих субъектов относительно разработки условий договора, которые отвечают их реальным намерениям и экономическим интересам, а также юридическое оформление договора (предоставление этим условиям определённой формы) как правового акта.

Особенностью хозяйственных договоров является то, что при их заключении применяются определённые технико-юридические процедуры, т.е. порядок высказывания предложения заключить договор (оферты) и принятие её (акцепта) в значительной мере формализованный. Исходя из приведённых данных можно сделать вывод, что тема является весьма актуальной и поэтому может стать предметом дальнейшего, наиболее детального комплексного исследования.

*Миселя Наталья Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права*

Договор контрактации

Актуальность. Договор контрактации начал применяться перерабатывающими предприятиями для обеспечения себя сельскохозяйственным сырьем еще в 20-х годах XX века. Возникнув в форме договора, «контрактация» потерпела ряд изменений на различных этапах своего развития. Сейчас договор контрактации является правовой формой реализации произведенной сельскохозяйственной продукции, он наилучшим образом соответствует содержанию взаимоотношений между производителями и заготовителями сельскохозяйственной продукции, в наибольшей степени отвечает их интересам.

Методика и содержание исследования. В статье 505 Гражданского Кодекса Республики Беларусь (далее – ГК Республики Беларусь) дается следующее понятие договора контрактации: это договор, по которому производитель сельскохозяйственной продукции обязуется передать выращенную (произведенную) им сельскохозяйственную продукцию заготовителю. Заготовителем является лицо, осуществляющее закупки вышеназванной продукции для переработки или продажи. Рассматривая положения о договоре контрактации, можно констатировать, что существует два вида данного договора: 1) договор, который заключается между государством и юридическими лицами; 2) договор, заключаемый между любыми юридическими лицами, гражданами.

Но все же исходя из практики его применения договор контрактации действует лишь как договор, который заключается между государством и юридическими лицами. Поэтому, можно сделать вывод, что сейчас договор контрактации - это договор на закупку сельскохозяйственной продукции только для государственных нужд, одной из сторон, которого обязательно выступает государство. В свете сказанного деятельность коммерческих организаций по закупке сельскохозяйственной продукции следует рассматривать в качестве обычной предпринимательской деятельности. Такие договоры, т.е. заключаемые без участия государства как стороны, следует рассматривать как обычные договоры поставки. Более того, в самом тексте ГК Республики Беларусь указано, что к отношениям по договору контрактации могут приме-

няться правила о договоре поставки товаров, а в некоторых случаях правила договора поставки товаров для государственных нужд. Поэтому договор контрактации несколько не соответствует требованиям времени, а именно развивающимся в стране рыночным отношениям с множеством действующих в них разнообразных субъектов.

По поводу этого института гражданского права сегодня ведутся дискуссии. Некоторые юристы считают, что договор контрактации в том виде, в котором он существует ныне, является антирыночным, что он не имеет права на существование, так как был задуман и введен в действие в 30-х годах XX века именно в качестве меры для принудительного изъятия у производителей сельскохозяйственной продукции, либо ее покупки за бесценок. Таким образом, он играл роль антирыночного механизма - следовательно, он противоречит нынешней экономической политике государства и является наследием отжившего строя.

Другие ученые утверждают, что договор контрактации наилучшим образом соответствует содержанию взаимоотношений между производителями и заготовителями сельскохозяйственной продукции, в наибольшей степени отвечает их интересам. По мере сужения вмешательства государства в сферу производства и реализации сельскохозяйственной продукции в связи с переходом к рыночной экономике значение координации, взаимного сотрудничества между производителями и покупателями сельскохозяйственной продукции и роль договора контрактации возрастает.

Однако, следует заметить, что законодатель уделяет весьма скромное место, в том числе и по объему контрактации в ГК Республики Беларусь - пять статей, что значительно отличается от регулирования отношений в других институтах гражданского права. На ту ситуацию, что этот договор заключается довольно редко, указывает тот факт, что в настоящее время не принимаются акты, конкретизирующие порядок заключения, исполнения договора, разъясняющие его особенности потенциальным субъектам.

Полученные результаты. Из результатов исследования видно, что контрактация – это основная правовая форма сбыта сельскохозяйственной продукции. Договором контрактации оформляются закупки сельскохозяйственной продукции для государственных нужд, в основном же действуют договоры поставки или купли - продажи, которые более соответствуют духу времени и общим правовым принципам.

Все же нельзя забывать о существовании контрактации, что закреплено законодательно, и в первую очередь, в ГК Республики Беларусь. Следовательно, этот договор либо требует более детальной и четкой разработки, внесения изменений в соответствии с экономической политикой государства и общеправовыми принципами, либо упразднения как института гражданского права и применения к отношениям, регулируемым им сейчас, смежных договоров.

*Моисеенко Анна Леонидовна, студент 3 курса, факультет экономики и права, Мо-
сильевский государственный университет имени А. Кулешова*
*Научный руководитель – Трамбачева Т.Д., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф.
гражданского и хозяйственного права*

Электронное правосудие – реальность и перспективы развития

Актуальность. Информационному обществу, характеризующемуся возрастанием значимости и проникновением информационных технологий во все сферы общественных отношений, нужно соответствующая данному этапу развития система защиты прав. В целях обеспечения эффективных механизмов урегулирования разногласий в условиях нового типа производственных отношений экономически развитые страны внедряют современные технологии в судопроизводство. Республика Беларусь, будучи полноправным членом мирового сообщества, не стоит в стороне от общемировых тенденций.

Эффективное функционирование судебных органов, призванных обеспечить защиту нарушенных или оспоренных прав, возможно при условии информированности общественности о месте нахождения и компетенции судов, а также о порядке обращения в суд или же защиты своих интересов в судебном разбирательстве.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – определить перспективы развития электронного правосудия в Республике Беларусь. Основными методами исследования являются диалектический, логический, системно-структурный.

В настоящее время все более заметное место в нашей жизни занимают Интернет-технологии. Неизбежно повышение роли сети Интернет и в обеспечении доступа граждан к судебной информации. Важно при этом понимать, что суды сегодня не должны ограничивать информацию, предоставляемую пользователям сети Интернет, только общей информацией о суде, лентой новостей и т.п. Пользователям необходима полная и точная информация о движении судебных дел, расписании судебных заседаний, результатах рассмотрения дел, включая тексты судебных актов.

Уже сегодня интернет-портал хозяйственных судов представляет собой мощный информационный ресурс, обеспечивающий многогранное представление в сети Интернет информации о деятельности хозяйственных судов Республики Беларусь [1]. Но это ещё не электронное правосудие. Электронное правосудие присутствует тогда, когда процессуальные действия, в том числе движение электронного дела из суда в суд, совершаются только в электронной форме.

Электронное правосудие включает в себя следующие составляющие элементы: подача заявлений и жалоб с помощью Интернета; ведение дел в электронной версии; видео- и аудиозапись судебного процесса; обеспечение открытого доступа к материалам рассмотренных судами дел; судебное рассмотрение дела с помощью видеоконферен-

цсвязи; получение уведомлений о решении суда с помощью электронных средств и другие.

Полномасштабное применение элементов электронного правосудия в хозяйственных судах началось в 2010 году, позволившее оптимизировать судопроизводство и минимизировать время рассмотрения судебных дел. Так, в настоящее время применяются такие элементы электронного правосудия, как:

- подача электронных копий документов;
- электронное расписание судебных заседаний;
- размещение резолютивной части постановлений кассационной инстанции в online режиме на портале хозяйственных судов Республики Беларусь.

Также осуществляются аудио-, видеофиксирование судебных заседаний. С использованием системы видеоконференц-связи осуществляется проведение оперативных совещаний, заседаний Пленума, Президиума Высшего Хозяйственного Суда, обсуждение вопросов организации деятельности хозяйственных судов, а также проведение дистанционных судебных заседаний.

Преимущества «электронного суда» описывает в своей работе Л. Приходько: «E-court – это современная, профессиональная альтернатива многолетним судебным процессам и громадным издержкам на адвоката и судебным издержкам. Нет необходимости в посещении суда, в адвокатах и издержках на них. За проведение процесса взимаются лишь незначительные пошлины. Никаких непредвиденных ситуаций в суде. Никаких продолжительных судебных разбирательств, требующих много времени и сил. Приговор выносится на основе положения дел и имеет краткое юридическое обоснование».

Полученные результаты. Таким образом, электронное правосудие должно стать главным инструментом преодоления правового нигилизма посредством обеспечения открытого и доступного правосудия, ускорения сроков рассмотрения споров и повышения качества судебных актов. Использование элементов электронного правосудия поможет увеличить доверие к судебной системе и будет способствовать снижению конфликтности в обществе.

*Мороз Екатерина Валерьевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права*

Сравнительный анализ белорусского и иностранного законодательства по договору франчайзинга

Актуальность. Популярность договора франчайзинга в мире объясняется тем, что его использование, с одной стороны, позволяет расширить сферы влияния правообладателя на рынки ранее не «охваченных» им территорий, а с другой – дает возможность для пользователя

начать новый вид предпринимательской деятельности «под именем» уже известного в данном секторе рынка лица.

Франчайзинг, как выгодная форма ведения бизнеса, обширно применяется во всех странах с развитой рыночной экономикой. Сегодня мировой рынок франчайзинга растет и считается одним из самых перспективных.

Франчайзинг в Беларуси находится на начальном этапе своего развития в основном из-за отсутствия специальной правовой базы, регулирующей функционирование франчайзинга, и из-за отсутствия понимания того, что данная форма бизнеса является всё более перспективной.

Методика и содержание исследования. В ходе написания работы нами была поставлена цель – проанализировать и сравнить белорусское и иностранное законодательство, регулирующее отношения по договору франчайзинга. Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи: дано определение «договора франчайзинга» по внутреннему законодательству различных стран; охарактеризованы источники регулирования договора франчайзинга в зарубежных странах и Республике Беларусь. В процессе исследования были использованы общенаучные, диалектические, системные, частные и специальные методы научного познания.

Важным моментом исследования является то, что при всем значении законодательных определений франчайзинга истолкование содержания конкретного франшизного соглашения в конечном счете исходит из его условий. Договор – основа отношений сторон. Оценка франчайзинга прежде всего с договорных позиций особенно характерна для стран общего права. Важно подчеркнуть и то, что при всех различиях законодательных определений и трактовок франчайзинга франшизное соглашение неизменно и повсеместно рассматривается как предпринимательский договор с присущими такому договору признаками: профессиональным коммерческим статусом сторон, наличием основной цели – извлечения прибыли, рисковым характером договора. В законодательстве нет единообразия только в отношении последнего из признаков предпринимательского договора – требования его обязательной регистрации.

Необходимо отметить, что отсутствие законодательного регулирования отношений франчайзинга в большинстве национальных правовых систем зарубежных стран не мешает широкому применению указанного вида договоров. Известно, что за рубежом франчайзинг родился не на пустом месте. До его появления в западном мире сложилось чрезвычайно богатое и развитое договорное право с его универсальными принципами, вековыми традициями и торговыми обычаями, с мощной судебной практикой, с изощренными методами аналогий, допущений и привязок. Эти и другие правовые механизмы позволяют достаточно успешно регулировать франшизные отношения и без специального законодательства. В этом случае отношения по договору

франчайзинга в основном регулируются условиями заключенного договора. Кроме того, на них распространяется национальное законодательство, регламентирующие противодействие монополистической деятельности и развитие конкуренции, а также законодательство о правах на объекты промышленной собственности.

Полученные результаты. Республика Беларусь и ряд других стран, развивающих рыночные отношения и их регулирование практически «с нуля», вынуждены принимать специальное законодательство о франчайзинге. И чем совершеннее будет такое законодательство, тем больше шансов на развитие этого нового и многообещающего вида предпринимательской деятельности. В Республике Беларусь франчайзинг в недостаточной степени регулируется договорным правом. Для его практического применения и развития необходимо предложить конкретные действия со стороны государства, а именно: участие и содействие в реализации франчайзинговых проектов, включая международных и межгосударственных; содействие развитию международного франчайзинга; организация проведения выставок, конференций, семинаров, симпозиумов по развитию франчайзинга; создание системы информационной поддержки, обучающих программ по вопросам франчайзинга; содействие совершенствованию законодательства, создающего благоприятные условия для развития франчайзинга; содействие привлечению инвестиций, а также международной и иностранной помощи, в развитие франчайзинга; формирование общественных ассоциаций, занимающихся проблемами развития и продвижения франчайзинга на территории Республики Беларусь.

*Орешкина Ксения Сергеевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Чернов А.В., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. права*

Правовая охрана окружающей среды в сельском хозяйстве

Актуальность. В связи с постоянным развитием агропромышленного комплекса в Республике Беларусь и, как следствие, усилением вредного воздействия на окружающую среду, особую актуальность приобретает обеспечение экологической безопасности в сельскохозяйственном производстве.

Методика и содержание исследования. Состояние окружающей среды рассматривается как важнейший фактор, определяющий стабильное развитие общества. Обеспечение охраны окружающей среды в сельском хозяйстве выступает необходимым элементом международной политики, поскольку наиболее интенсивное загрязнение окружающей среды, как и иное негативное воздействие на нее происходит именно в процессе хозяйственной деятельности человека, вред от которого необходимо минимизировать.

В Республике Беларусь уделяется большое внимание правовой охране окружающей среды и обеспечении экологической безопасности во всех сферах производства, в том числе в сельском хозяйстве.

Повышение эффективности сельскохозяйственного производства относится к одному из важнейших приоритетов государственной политики. Согласно закону «Об охране окружающей среды» при осуществлении сельскохозяйственной деятельности, юридические и физические лица обязаны руководствоваться требованиями законодательства об охране окружающей среды, научно обоснованным сочетанием экологических и экономических интересов общества.

Новым перспективным направлением в сельском хозяйстве является развитие экологического земледелия и экологического животноводства, а также используются новые подходы при проведении мелиорации земель и химизации сельскохозяйственного производства.

Правовая охрана окружающей среды и обеспечение экологической безопасности в сельском хозяйстве требует укрепления экологической службы в сельском хозяйстве, совершенствования организации проведения мониторинга, экологического аудита, экологической сертификации и экологической экспертизы.

Полученные результаты. Сельское хозяйство – сложный комплекс экологических связей, наиболее активная область взаимодействия человека и природы. Именно хозяйственная деятельность человека является главным фактором загрязнения окружающей среды, поэтому сельское хозяйство нуждается в минимизации вреда от этой деятельности.

Это обусловило рассмотрение вопросов правовой охраны и обеспечения экологической безопасности в сельском хозяйстве от негативного воздействия сельскохозяйственного производства и охраны сельского хозяйства от негативного воздействия промышленного загрязнения земель, вод и других природных ресурсов.

Основным направлением развития системы природоохранного законодательства должно стать создание организационных и правовых механизмов по предотвращению или смягчению негативных последствий различных видов человеческой деятельности, оказывающих влияние на здоровье человека и состояние природной среды. Учитывая трансграничный характер последствий многих видов хозяйственной деятельности человека, неперенным условием перехода к устойчивому развитию является гармонизация национальных нормативных и правовых и особенно нормативно-технических актов с принципами и нормами международных договоров, нормативов и стандартов. На основании изучения нормативно правовых актов, юридической литературы можно сделать следующие выводы и обосновать определенные предложения в области правовой охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности в сельском хозяйстве:

- необходимо производить дальнейшую гармонизацию законодательства Республики Беларусь с принципами и нормами международ-

ного экологического права в рамках обязательств, вытекающих из участия в международных договорах.

- обеспечить привлечение иностранных инвестиций для осуществления природоохранных программ и приоритетных проектов в области рационального природопользования и охраны окружающей среды.

- целесообразно разработать законодательный акт по правовому регулированию экологического земледелия и получению экологически чистой сельскохозяйственной продукции;

- необходимо предусмотреть систематическое проведение экологического аудита в сельскохозяйственных организациях и разработать организационно-правовой механизм его использования в сельскохозяйственном производстве, а также усилить контроль за качеством сельскохозяйственной продукции путём введения в штаты сельскохозяйственных организаций эколога, в связи с производственной необходимостью.

Павловская Кристина Сергеевна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

О сложности возмещения убытков

Актуальность. Среди форм гражданско-правовой ответственности особое место занимает возмещение убытков. Эта форма является общей и главной в гражданско-правовой ответственности. Обусловлено это тем, что наиболее существенным и распространенным последствием нарушения гражданских прав являются убытки и, как правило, возмещением убытков достигается полное восстановление имущественных прав потерпевшего за счет правонарушителя.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является освещение общетеоретических вопросов о возмещении убытков, связанных с исследованием природы гражданско-правовой ответственности. Применены методы анализа, синтеза, обобщения.

Среди форм гражданско-правовой ответственности особое место занимает возмещение убытков. Под возмещением убытков следует понимать восстановление нарушенного интереса одной стороны за счет средств другой стороны, виновной в правонарушении. Структура убытков закреплена в статье 14 Гражданского Кодекса. Во-первых, это расходы, которое лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение имущества (реальный ущерб). А во-вторых, это неполученные доходы, которое это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода).

Что касается возмещения убытков в форме реального ущерба необходимо обосновывать его размер путем представления необходимых доказательств.

Доказывание факта наличия убытков, их состава и размера возлагается на потерпевшего от правонарушения кредитора. При этом кредитор свободен в выборе средств доказывания, за исключением случаев, когда закон предусматривает особые случаи на этот счет.

Важная и одновременно сложная задача для потерпевшей стороны – доказывание причинной связи между действиями причинителя вреда и наступившими убытками, последствиями. Отсутствие хотя бы одного из указанных элементов ведет к отказу в удовлетворении требования о взыскании причиненных убытков.

Нужно отметить, что данное направление доказывания неразрывно связано с другими доказательствами, касающимися факта нарушения договора, наличия и размера убытков. Непосредственно для установления наличия причинной связи истцу необходимо представить суду доказательства одновременного наличия следующих обстоятельств:

1. нарушение обязательства, совершенное должником, хронологически предшествуют возникновению убытков у кредитора;

2. нарушение договора является необходимым и достаточным условием наступления убытков.

Таковыми доказательствами могут служить различного рода документы: о расходах по хранению, акты приемки поставленного товара и т.д. Необходимые доказательства должны свидетельствовать о понесенных расходах, произведенных или необходимых для восстановления нарушенного права, об утрате или повреждении имущества.

Кроме того, размер подлежащих возмещению убытков во многом зависит от того, какие цены положены в основу расчета, как реального ущерба, так и упущенной выгоды. Если иное не предусмотрено законодательством или договором, при определении убытков принимаются во внимание цены, существующие в том месте, где обязательство должно быть исполнено, в день добровольного удовлетворения должником требования кредитора, а если требование добровольно удовлетворено не было, – в день предъявления иска. Исходя из обстоятельств, суд может удовлетворить требование о возмещении убытков, принимая во внимание цены, существующие на день вынесения решения. Таким образом, суду предоставлено право в зависимости от обстоятельств спора, присуждая возмещение должником убытков, исходить из цен, существующих в день вынесения решения.

Не стоит забывать, что при расчете убытков необходимо учитывать понесенные расходы, то есть те разумные затраты, которые кредитор должен был понести, если бы обязательство было исполнено. Так как законодательство не проводит четкого разграничения между неполученными доходами и неполученной прибылью, то на практике у кредитора возникает соблазн взыскать с неисправного должника и неполученную прибыль, и сбереженные (или понесенные) расходы, а

также иные затраты, включаемые в себестоимость продукции [19, с. 39]. Примером понесенных расходов могут служить расходы на электроэнергию, расходы на перевозку, на заработную плату рабочих и т.д. Но гражданское законодательство не закрепляет необходимость вычета из убытков, подлежащих компенсации, расходов, сэкономленных потерпевшей стороной в результате нарушения ее прав другой, что ведет к вынесению явно несправедливых решений в пользу истца.

Важное значение имеют и доходы лица, нарушившего право, то есть доходы, полученные вследствие нарушения. При наличии таких кредитор вправе требовать возмещения наряду с другими убытками упущенной выгоды в размере, не меньшем, чем указанные доходы. Но, как правило, на практике это сделать очень сложно, так как необходимо обладать документацией правонарушителя.

Основываясь на положениях уже упомянутой нами выше ч.2 ст. 14 ГК, которая в частности гласит, что под убытками понимается реальный ущерб и упущенная выгода, то можно вывести общую формулу расчета убытков: $У = РУ + УВ - СР$, где $У$ – убытки лица, права которого нарушены; $РУ$ – реальный ущерб; $УВ$ – упущенная выгода; $СР$ – сэкономленные расходы.

При возмещении убытков, также необходимо помнить и о ст. 372 ГК, которая предусматривает освобождение от ответственности. Лицо признается невиновным, если при той степени заботливости и осмотрительности, какая от него требовалась по характеру обязательства и условиям гражданского оборота, оно приняло все меры для надлежащего исполнения обязательства. Или лицо не исполнившее обязательство либо исполнившее его ненадлежащим образом при осуществлении предпринимательской деятельности, несет ответственность, если не докажет, что надлежащее исполнение обязательства невозможно вследствие непреодолимой силы, то есть чрезвычайных и непредотвратимых при данных условиях обстоятельств, если иное не предусмотрено законодательством или договором.

Полученные результаты. На основании изложенного выше можно сделать следующие выводы относительно сложности возмещения убытков: Во-первых, учитывая то, что под убытками понимается две составляющие – реальный ущерб и упущенная выгода, необходимо учитывать различия в методике их определения. Так, размер возмещения убытков в форме реального ущерба должен быть тщательно обоснован самим потерпевшим. При этом также необходимо доказать причинную связь между действиями причинителя вреда и наступившими убытками. Исходя из обстоятельств, суд может удовлетворить требование о возмещении убытков, принимая во внимание цены, существующие на день вынесения решения. Во-вторых, в законодательстве нет четкого разграничения между неполученными доходами и неполученной прибылью. Поэтому необходимо закрепить необходимость вычета из убытков, подлежащих компенсации, расходов, сэкономленных потерпевшей стороной в результате нарушения ее прав другой. В-

третьих, при возмещении убытков следует помнить об освобождении от ответственности в соответствии со ст. 372 Гражданского Кодекса.

Павловская Кристина Сергеевна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

Правовые аспекты восстановления на работе при незаконном увольнении

Актуальность. Многие работники убеждены, что при желании наниматель может уволить их по любой статье Трудового кодекса. Поэтому нередко при возникновении конфликта с работодателем служащие спешат уйти по собственному желанию, не считая нужным «портить» трудовую книжку. Но современное законодательство предоставляет незаконно уволенному работнику ряд гарантий для отстаивания своих прав и интересов. Зная и реализуя свои права, работники смогут защитить себя от произвола, предотвратить правонарушение, устранить все их последствия.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является раскрытие прав работника при восстановлении на работе за незаконное увольнение. В качестве методов исследования использовались общелогические приемы познания: анализ и синтез, обобщение, аналогия.

Полученные результаты. Нередко потерявший работу человек испытывает серьезный стресс и не способен объективно оценить происходящее. А между тем, если ему не вручили приказ или его копию об увольнении, не выдали на руки трудовую книжку с соответствующей записью, деятельность работника в организации фактически продолжается. Таким образом, он имеет право на сохранение своей заработной платы и прочие права члена трудового коллектива.

Уволенный работник в праве обратиться в суд с исковым заявлением о восстановлении на работе при незаконном увольнении. Необходимо учесть, что Трудовым кодексом предусмотрен месячный срок обращения в суд со дня вручения копии приказа об увольнении или со дня выдачи трудовой книжки с записью об основании прекращения трудового договора, либо со дня отказа в выдаче или получении указанных документов.

Если увольнение признано судом незаконным, работнику оплачивается средний заработок за время вынужденного прогула, то есть зачету подлежат выходное пособие, если оно выплачивалось, а также заработная плата за время работы в другой организации, пособие по временной нетрудоспособности, выплаченное истцу в пределах срока оплачиваемого прогула.

Средний заработок для оплаты времени вынужденного прогула определяется из расчета последних двух календарных месяцев работы.

Для лиц, проработавших у нанимателя менее двух месяцев, средний заработок определяется из расчета фактически проработанного времени.

Кроме того, речь может идти и о финансовой компенсации причиненного истцу морального вреда. Судебная практика свидетельствует, что суды взыскивают возмещение морального вреда во всех случаях, когда удовлетворяют иски о восстановлении на работе.

Таким образом, восстановление на работе - это возвращение работника в прежнее правовое положение, существовавшее до незаконного увольнения. Для того чтобы застраховаться от такой неприятности, как незаконное увольнение, еще при трудоустройстве необходимо документально оформить свои отношения с нанимателем. В противном случае будет очень сложно доказать сам факт работы на данном предприятии.

*Петушкова Анна Александровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Лазарчук Е.А., ст. преподаватель каф. права*

Отдельные вопросы контракта как вида трудового договора

Актуальность. Относительно новым в трудовом законодательстве Республики Беларусь является такой специфический вид трудового договора как трудовой контракт. Вопросы, связанные с понятием, содержанием трудового контракта, его отличием от трудового договора, а также с особенностями применения контрактной формы найма на работу в Республике Беларусь в современный период являются, безусловно, одними из наиболее спорных в юридической литературе. Это обусловлено, в первую очередь, относительной новизной данной формы регулирования трудовых отношений и, соответственно, значительным количеством проблем, возникающих при ее использовании. Анализ действующего законодательства о контрактах позволяет сделать вывод о несовершенстве отдельных его норм, что, в свою очередь, и приводит к негативным последствиям при регулировании трудовых отношений посредством контрактов. Поэтому исследование проблем, связанных с практикой применения норм о порядке и условиях заключения, изменения и прекращения контрактов, представляет несомненный интерес.

Методика и содержание исследования. Методологию исследования составляют формально-логический метод, метод системного анализа, комплексного исследования.

В науке белорусского трудового права трудовой договор и трудовой контракт как правовые категории разделены. В целом, институт трудового договора считается в науке трудового права достаточно разработанным, и многие его положения применяются также к контракту. Отношения по трудовому договору индивидуальны, но во многом они определены законом, более того, построены на его основе. Однако

трудовой контракт в ст. 17 Трудового кодекса Республики Беларусь рассматривается в контексте со срочным трудовым договором, то есть недостатком кодифицированного закона является тот факт, что контракт места не нашлось не то что в отдельной статье Трудового кодекса Республики Беларусь, но даже в отдельной части статьи.

Следует учитывать то, что регулирующее контрактную форму найма законодательство весьма динамично, что подтверждает неоднократное внесение изменений и дополнений в Декрет Президента Республики Беларусь от 26.07.1999 г. № 29 (далее – Декрет № 29). Так, изменением, внесенным в абз. 4 подп. 2.10 п. 2 Декрета № 29, определено, что контракт, заключенный с работником, должен предусматривать дополнительное основание его досрочного расторжения по инициативе нанимателя за неоднократное нарушение работником установленного законодательством порядка рассмотрения обращений граждан, в том числе индивидуальных предпринимателей, и юридических лиц, а также неправомерный отказ в рассмотрении относящихся к компетенции соответствующего государственного органа обращений граждан, в том числе индивидуальных предпринимателей, и юридических лиц. Эти изменения и дополнения обусловлены тем, что в изложенной ранее редакции данной нормы упоминались только обращения граждан, а субъекты хозяйствования были забыты. Принятый немного ранее Закона Республики Беларусь от 18 июля 2011 г. № 300-З «Об обращениях граждан и юридических лиц» закрепил норму, согласно которой субъектами обращений выступают не только граждане, но и юридические лица, а также индивидуальные предприниматели.

Несомненно, что предоставленная юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям возможность принесения обращений значительно улучшает их правовое положение и дает возможность для реализации ими более широкого круга прав, а также возлагает на них определенные обязанности. Для нанимателя такое дополнительное основание для досрочного расторжения контракта является эффективным механизмом воздействия на недобросовестного работника, который допускает неоднократное нарушение порядка рассмотрения обращений граждан, индивидуальных предпринимателей, и юридических лиц, или неправомерно отказывает гражданам и хозяйствующим субъектам в этом.

Полученные результаты. На основании сказанного выше, можно сделать однозначный вывод о том, что назрела объективная необходимость внесения в Трудовой кодекс Республики Беларусь дополнений, касающихся понятия контракта, порядка его заключения, изменения и расторжения, а также формирования единообразной практики применения уже существующих правовых норм о контрактной форме найма.

*Редько Ольга Николаевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Карачаев А.С., ст. преподаватель каф. права*

Экономико-правовой аспект индивидуального предпринимательства

Актуальность. Предпринимательство является одной из наиболее активных форм экономической деятельности, т.к. рыночная система хозяйствования предполагает экономику предпринимательского типа. Необходимость дальнейшего развития предпринимательства и создание условий для государственной поддержки обуславливает актуальность избранной темы.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – раскрыть сущность экономической функции индивидуального предпринимателя и предложить правовые направления государственной поддержки белорусского предпринимательства. Для этого использовались общенаучные методы, как синтез, анализ, индукция и дедукция.

Индивидуальные предприниматели (далее по тексту – ИП) являются важнейшим экономическим институтом Беларуси. В среднем, на одного ИП приходится денежных и товарных активов на \$30 тысяч. Это ~\$7млрд. активов, которые работают в нашей стране, а не в зарубежных оффшора. Они создают добавленную стоимость и формируют средний класс. Даже если часть этих ресурсов находится в серой сфере, все равно они насыщают товарный рынок, обслуживают сектор услуг и удовлетворяют нужды обыкновенных людей. Из этих денег платится аренда, зарплата наемным рабочим и налоги. ИП создают устойчивый спрос для многих государственных организаций. Если бы не было ИП, домашние хозяйства ежегодно переплачивали бы за продукты питания, потребительские товары и услуги до \$300 в год. Это значит, что ИП экономят белорусам до \$1 миллиарда долларов в год. Если предположить, что их место займут номенклатурные юридические лица и госпредприятия, они все равно не смогут создать такой уровень конкуренции, такой широкий ассортимент товаров и их доступность. В первую очередь, это касается малых городов и граждан с низким и средним уровнем дохода. ИП формируют спрос на павильоны, торговые места, склады и другую инфраструктуру бизнеса. Не будь этого спроса, не было бы налогов от арендодателей этих помещений и инфраструктуры. Плюс ИП создают спрос на транспортные, строительные, ремонтные услуги. Появляются деньги предприниматели и члены их семей отдыхают в кафе, пользуются услугами турфирм, нанимают репетиторов своим детям, позволяют дополнительно заработать врачам, строителям и даже милиции на охранных услугах. Это тоже доходы для юридических лиц и налоги в бюджет. С учетом этих основных экономических факторов экономическая польза Республики Беларусь от ИП, как от уникальной организационно-правовой формы составляет около \$1млрд. в год.

Полученные результаты. Таким образом, институт индивидуального предпринимательства в Беларуси представляет собой уникальный экономический феномен. Он требует государственной поддержки и развития. Под поддержкой имеется в виду не предоставление ИП бюджетных дотаций, таможенных льгот или бесплатных помещений для аренды, а государственная поддержка белорусского предпринимательства – это:

- низкие, простые налоги, минимальные административные издержки, выбор способа регистрации ИП, патентный или уведомительный, быстрый способ ликвидации,
- признание сертификатов качества, выданных государственными органами России, Украины и стран ЕС,
- стабильные правила игры, т. е. законодательная среда на всех рынках,
 - доступ ИП на все товарные рынки и рынки услуг, которые открыты для коммерческих организаций других правовых форм,
 - включение ИП в программы государственных закупок,
 - запрет внесудебной конфискации товаров и денежных средств,
 - разрешение на самостоятельное ценообразование, в том числе организацию торговли со скидками,
 - простое, быстрое и дешевое таможенное оформление,
 - выбор пенсионного обеспечения: право открытия индивидуального накопительного пенсионного счета,
 - предоставление права самостоятельно определять порядок и режим работы, самостоятельно определять политику найма,
 - предоставление ИП возможности вести прямой диалог с обществом через государственные СМИ по проблемам, связанным непосредственно с их деятельностью;
 - развитие инфраструктуры технической, информационной, логистической, финансовой поддержки предпринимательства на местном уровне;
 - отсутствие дискриминационных практик в отношении ИП, в том числе в виде создания льготных условий хозяйствования для юридических лиц;
 - сокращение числа проверок и прекращение конфискационных практик в отношении товаров ИП.

*Семененко Екатерина Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права*

Качество товара, как основной показатель для производителя

Актуальность. Термин «качество» – понятие многоплановое, используемое в различных сферах общественных отношений, обеспечение его требует объединения творческого потенциала и практического

опыта многих специалистов. Проблема повышения качества товара (работы, услуги) может быть решена только при совместных усилиях государства, органов управления, руководителей и работников трудовых коллективов предприятий, учреждений, организаций, занимающихся или производством или оказанием определенных услуг для потребления их другими субъектами гражданско-правовых и иных правовых отношений. Важную роль в решении этой проблемы играют потребители, диктующие свои требования и запросы производителям товаров и услуг.

Управление качеством – действия, осуществляемые при создании, эксплуатации или потреблении продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня ее качества. Управление качеством продукции основывается на стандартизации, представляющую собой нормативно-техническую основу, которая определяет прогрессивные требования к продукции, изготовленной для нужд национального хозяйства, населения, экспорта, а также на сертификации, которая в ряде случаев играет даже более значимую роль, чем стандартизация.

В современных условиях именно сертификат на систему качества служит решающим фактором для заключения договора на поставку продукции. Успешная реализация качественного продукта потребителю является главным источником существования любого предприятия.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является изучение теоретических аспектов понятия «качества товаров», а также значение данного показателя для производителя.

Качество товара (работы, услуги) – совокупность свойств и характеристик товара (работы, услуги), относящихся к его способности удовлетворить установленные и (или) предполагаемые потребности потребителя (безопасность, функциональная пригодность, эксплуатационные характеристики, надежность, экономические, информационные и эстетические требования и др.).

Основное место в оценке качества продукции или услуг в рыночной экономике отводится потребителю, а стандарты (в том числе и международные) лишь закрепляют и регламентируют прогрессивный опыт, накопленный в области качества.

Повышение качества продукции (в дальнейшем будем использовать именно этот «собирательный» термин, который включает в себя как элементы понятий «качество товара», так и «качество работ», «качество услуг») имеет большое значение для потребителя, производителя и экономики в целом. Интересы изготовителя в повышении качества продукции заключается в следующем:

- продвижение своих товаров на новые рынки, расширение доли рынка;
- повышение производительности труда за счет устранения недостатков технологических процессов, снижения уровня дефектности;
- снижение риска потерь в период гарантийного обслуживания;

- получение более высокой прибыли.

Для изготовителя качество продукции является определяющим во всей производственно-хозяйственной деятельности, но при этом процесс повышения качества должен быть ориентирован на потребителя.

Важнейшей задачей развития хозяйства республики в современных условиях является обеспечение роста эффективности производства, улучшение качества продукции, усиление режима экономии. Этим объективно предопределяется роль стандартизации как важнейшего средства управления качеством продукции.

В соответствии со ст. 1 Закона Республики Беларусь «О техническом нормировании и стандартизации» (далее – Закона) стандартом признается технический нормативный правовой акт, разработанный в процессе стандартизации на основе согласия большинства заинтересованных субъектов технического нормирования и стандартизации и содержащий технические требования к продукции, процессам ее разработки, производства, эксплуатации (использования), хранения, перевозки, реализации и утилизации или оказанию услуг.

Основной целью технического нормирования и стандартизации является обеспечение защиты жизни, здоровья и наследственности человека, имущества и охраны окружающей среды.

Государственный контроль и надзор за соблюдением обязательных требований государственных стандартов и других нормативных технических документов в Республике Беларусь осуществляется на основании Закона.

Объекты государственного надзора:

- продукция (работы, услуги), в том числе подлежащая обязательному подтверждению соответствия;
- процессы разработки, производства, эксплуатации (использования), хранения, перевозки, реализации, утилизации продукции, оказание услуг;
- техническая (конструкторская, технологическая, проектная и другая) документация на продукцию (работы, услуги).

Системы управления качеством продукции основываются на Государственной системе стандартов Республики Беларусь (СТБ).

Вторым важным средством обеспечения качества товаров является сертификация, правовые основы которой закреплены в Законе Республики Беларусь «Об оценке соответствия требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации».

Объектами оценки соответствия при подтверждении соответствия являются:

- продукция;
- процессы разработки, производства, эксплуатации (использования), хранения, перевозки, реализации и утилизации продукции;
- выполнение работ;
- система управления качеством;

- система управления окружающей средой;
- система управления безопасностью продукции и др.

Неотъемлемой составляющей качества товара является и его безопасность. В соответствии со ст. 1 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» безопасность товара обозначает совокупность свойств и характеристик товара, при которых товар не является вредным и не представляет опасности для жизни, здоровья, наследственности, имущества потребителя и окружающей среды при обычных условиях использования товара, хранения, транспортировки и утилизации товара.

Полученные результаты. Качество выпускаемой продукции – важный фактор деятельности в условиях рынка, поскольку обеспечивает расширение сегментов рынка, процветание предприятия, рост прибыли.

Управление качеством продукции базируется на стандартизации, которая представляет собой нормативно-техническую основу, определяющую прогрессивные требования к продукции, изготавливаемой для нужд национального хозяйства, населения, обороны, экспорта. Качество продукции или услуг является одним из важнейших факторов успешной деятельности любой организации. Гарантом выпуска высококачественной продукции является ее сертификация.

В условиях рыночной экономики качественная продукция – залог долгого и успешного функционирования предприятия. Рынок стал требовать снижения рисков покупки, разработки новой продукции с лучшими характеристиками, но относительно низкими ценами. При обилии товаров и жесточайшей конкуренции качество продукции как соответствие заявленным характеристикам стало неотъемлемым условием успеха не только организаций, но и государства в целом.

*Фролова Алеся Викторовна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права*

Жилищное строительство в Республике Беларусь как гарантия реализации права граждан на жилье

Актуальность. В соответствии со статьей 48 Конституции Республики Беларусь 1994 года все граждане Республики Беларусь имеют право на жилье.

Жильё является одним из главных оснований бытия человека, его жизнедеятельности. Для того чтобы, вести здоровый образ жизни, полноценно трудиться, растить детей, приобретать и обновлять знания человек должен иметь, прежде всего, жильё, доступ к ресурсам: социальным, экономическим, политическим духовным и т.д., позволяющим ему вести достойное существование.

Потребность людей в достойном жилье является одной из главных социальных потребностей, ее удовлетворение является приоритетным

направлением развития нашей страны и политики государства на современном этапе. На практике в этой сфере часто возникают ситуации, требующие четкого, грамотного правового разрешения. Обеспечение государством граждан Республики Беларусь доступным и комфортным жильем объясняет столь важную роль строительной отрасли в Республике Беларусь.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – выявление и анализ особенностей жилищного строительства по областям и г. Минску, а также в сельской местности как гарантии реализации прав граждан на жилье, перспективы его дальнейшего развития.

Важнейшей первостепенной задачей жилищного законодательства является обеспечение конституционных прав граждан при реализации ими своих жилищных прав, в частности, обеспечение правовых гарантий получения или приобретения жилых помещений теми из них, кто нуждается в улучшении жилых помещений.

Жилищная проблема является одной из важнейших для государства и общества. Актуальными являются вопросы как правильное и справедливее распределить жилые помещения государственного жилищного фонда, а также рационально использовать уже существующий жилищный фонд.

С переходом к рыночной экономике основная ставка сделана на то, чтобы потребности в жилье удовлетворялись за счет жилья, которое находилось бы в частной собственности граждан. В этих целях развернуты приватизация жилищного фонда, гражданам, нуждающимся в улучшении жилищных условий, предоставляются льготные кредиты и безвозмездные субсидии на строительства (реконструкцию) или на приобретения жилых помещений. В то же время гражданам, нуждающимся в особой социальной защите со стороны государства (инвалиды, ветераны и т.д.), гарантируется предоставление жилых помещений государственного жилищного фонд.

Сегодня, в сложившейся экономической ситуации, основными источниками строительства жилья становятся собственные средства граждан и юридических лиц, прежде всего предприятий всех форм собственности, банков, а также других инвесторов.

Стратегической целью жилищной политики на 2006 - 2015 годы является комплексный подход к решению проблем устойчивого функционирования жилищной сферы, предусматривающий реализацию конституционного права граждан на жилье, создание комфортного, долговечного, экономичного по содержанию и обслуживанию жилищного фонда, способного удовлетворять потребности настоящего и будущих поколений граждан, и обеспечивающий доступность жилья и жилищных услуг для граждан в соответствии с их платежеспособным спросом.

Полученные результаты. Жилищное строительство является одним из приоритетов социальной политики белорусского государства. Нынешнее руководство республики постоянно уделяет большое вни-

мание строительству жилья как в городе, так и на селе. Проведенное научное исследование позволяет сделать вывод, что жилищное строительство по областям и г. Минску развивается достаточно быстрыми темпами. Конечно, имеются некоторые проблемы в дальнейшем развитии строительной отрасли, однако государство прилагает все свои усилия на их устранение.

Основными проблемами, затрудняющими реализацию концепции жилищного строительства на практике, являются: отсутствие универсальных способов сохранения и накопления финансовых средств для строительства в условиях инфляции, сложности, связанные с массовым получением долгосрочных ссуд на строительство и льготным кредитованием, а также стереотипы в общественном сознании по поводу бесплатного получения жилья. Государство должно оказывать содействие тем гражданам, которые для удовлетворения жилищных потребностей будут использовать обмен жилья, продажу занимаемого жилья с сохранением права пожизненного проживания и содержания и т.п.

Таким образом, стратегия жилищного строительства предусматривает создание долговечного, экономичного по содержанию и обслуживанию жилищного фонда, способного удовлетворить жилищные потребности нынешнего и будущего поколения граждан, развитие эффективного рынка финансовых механизмов, обеспечивающих доступность для граждан с достаточной платежеспособностью, а также поддержка малообеспеченных граждан, нуждающихся в улучшении жилищных отношений в пределах установленных социальных стандартов.

Фролова Алеся Викторовна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права

Перспективы формирования социально-ориентированного рынка жилья на селе

Актуальность. Формирование на селе социально-ориентированного рынка жилья, эффективных механизмов его регулирования в целях повышения уровня жизни работников сельского хозяйства, создания благоприятной среды проживания в сельской местности является крупной общегосударственной проблемой.

В условиях относительной по сравнению с городом бедности на селе уход государства от прямого финансирования жилищного строительства на селе, особенно для работников сельского хозяйства, обусловил резкое сокращение объемов ввода жилья за исключением индивидуального, в основном построенного горожанами в дополнение к городской квартире. По этой причине за годы реформ в агропромышленном комплексе значительно возрос дефицит квалифицированных кадров, закрепляемость выпускников высших, средних и начальных аграрных образовательных учреждений оставалась крайне низкой.

Именно поэтому строительство жилья в сельской местности является столь актуальным на сегодняшний день.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – анализ перспектив в формировании социально-ориентированного рынка жилья. Жилье – как один из важнейших факторов устойчивого развития сельскохозяйственного производства, демографической стабильности села во многом перестало быть доступным даже для формирующегося среднего класса. Острота проблемы усиливается из-за более высокого по сравнению с городом физического и морального износа жилых домов на селе, низкого уровня их благоустройства, постоянного роста цен на новое жилье.

В настоящее время при относительно динамичном развитии рынка жилья в городах, в сельской местности аналогичные механизмы практически не работают, что связано с низким платежеспособным спросом населения, недостаточной ликвидностью жилья, отсутствием эффективных, экономических механизмов, стимулирующих развитие жилищного строительства в целом.

Попытки решить данную проблему на селе за счет внедрения чисто рыночных моделей ипотечного жилищного кредитования, реализации различных программ по обеспечению доступным жильем молодых специалистов сельского хозяйства, к сожалению, также не обеспечили перелом в динамике ввода жилья.

Следует так же отметить, что комплексного изучения проблем формирования рынка жилья на селе до сих пор не проводилось. Особенности его функционирования, факторы и условия развития изучены недостаточно. Отсутствует научно-обоснованная концепция формирования и регулирования данного рынка, эффективные модели и механизмы развития применительно к сельскому хозяйству.

С целью разрешения данных вопросов в Республике Беларусь разработана и утверждена Государственная программа устойчивого развития села на 2011-2015 годы.

Так, в целях устойчивого развития сельских территорий, мотивации проживания в сельской местности и эффективного использования государственных средств для обустройства села предусматривается формирование и дальнейшее совершенствование качественно новых типов сельских поселков – агрогородков.

Данная схема совершенствования инфраструктуры сельских населенных пунктов позволит оптимизировать сельское расселение, сократить в два раза радиус обслуживания жителей учреждениями и организациями социальной инфраструктуры, службами безопасности и правопорядка, обеспечить более высокий уровень жизни сельского населения и создаст основу для улучшения демографической ситуации и повышения престижности проживания в сельской местности.

Строительство жилья в сельской местности в 2011-2015 годах будет осуществляться в соответствии с планом строительства и ввода в эксплуатацию жилых домов (квартир) в сельскохозяйственных органи-

зациях для обеспечения жильем специалистов и работников этих организаций, а также работников организаций социально-культурной сферы в сельской местности.

За 5 лет предусматривается построить 20 тыс. жилых домов (квартир), из них для работников социально-культурной сферы – 0,95 тыс. жилых домов (квартир). При этом в сельскохозяйственных организациях Брестской области будет построено 4 тыс. жилых домов (квартир), Витебской – 2,7 тыс., Гомельской – 4,25 тыс., Гродненской – 2,6 тыс., Минской – 4,2 тыс. и Могилевской области – 2,3 тыс.

Строительство и ввод в эксплуатацию жилых домов (квартир) сельскохозяйственными организациями будет осуществляться в первоочередном порядке в агрогородках, иных сельских населенных пунктах, имеющих развитую инфраструктуру, с учетом потребности данных организаций в трудовых ресурсах и перспективы их развития, а также потребности в трудовых ресурсах и перспективы развития организаций социально-культурной сферы.

При этом в целях закрепления населения в сельской местности, а также уменьшения расходов сельскохозяйственных организаций на обслуживание жилищного фонда и уплату процентов за пользование кредитами на строительство жилья предусматривается совершенствование порядка передачи жилых помещений, построенных в указанных организациях, в собственность граждан.

На выполнение мероприятий по жилищному строительству на селе из различных источников будет направлено 2,97 трлн. рублей. В организациях, осуществляющих строительство жилья, объектов социальной и производственной инфраструктуры на селе, предусматривается создать 4 тыс. новых рабочих мест.

Полученные результаты. Стратегия регулирования сельского рынка жилья должна быть направлена на реализацию мер, позволяющих, с одной стороны, обеспечить в сжатые сроки всех нуждающихся работников сельского хозяйства благоустроенным жильем на льготных условиях, с другой, осуществить качественный ремонт, модернизацию и поддержание в приемлемом состоянии всего наличного жилищного фонда.

Для повышения эффективности регулирования сельского рынка жилья необходимо проведение регулярного мониторинга спроса, предложения и цен на жилье и разработка соответствующего прогноза его развития, предполагающего:

- определение дополнительной потребности в новом жилищном строительстве работников сельского хозяйства на перспективу по годам;
- жесткую увязку программ жилищного строительства на селе по различным моделям его финансирования и кредитования с задачами развития АПК и обеспечения отрасли кадрами.

Важным направлением развития жилищного строительства на селе и формирования цивилизованного рынка жилья является разработка

пакета документов, обеспечивающих формирование четкой нормативно-правовой базы управления и распоряжения земельными участками, предназначенными для жилой застройки, а также объектами инженерной инфраструктуры села.

Разработка гибких моделей осуществления жилищного кредитования и строительства жилья по моделям социального найма позволит существенно повысить объемы ввода жилищного строительства для работников сельского хозяйства, закрепить молодые кадры и улучшить демографическую ситуацию на селе.

Таким образом, село по-прежнему будет являться традиционной житницей лишь при условии осуществления оперативной его застройки высококачественным жильем. Вопрос качества сегодня, есть вопрос престижа не только каждой строительной организации, но и государства, вопрос имиджа интегрированного в рыночные условия строительного комплекса.

Хомутинникова Алена Игоревна, студент 2 курса, юридический факультет, Ярославский филиал Московского финансово-юридического университета

Научный руководитель – Макаров И.И., канд. экон. наук, доцент, зав. каф. юридических дисциплин

Правовое регулирование электронной торговли

Актуальность. Развитие компьютерных и информационных технологий неминуемо влечет использование их в предпринимательской деятельности. Ярким примером тому является широкое распространение практики заключения через Интернет договоров, преимущественно – розничной купли-продажи.

Методика и содержание исследования. Размещенное в сети Интернет предложение о заключении договора содержит все существенные условия договора, из него усматривается воля лица, делающего предложение, заключить договор на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется, то такое предложение признается публичной офертой (ч. 2 ст. 437 ГК РФ). Как правило, в этом случае предлагается также заполнить электронный стандартный формуляр, т.е. бланк заказа. Действия по заполнению и отправке данного формуляра оференту представляют собой акцепт, а заключаемый договор, следовательно, является договором присоединения (ст. 428 ГК РФ). Гражданский кодекс РФ допускает заключение договора «путем обмена документами посредством электронной связи, позволяющей достоверно установить, что документ исходит от стороны по договору» (ст. 434 ГК РФ). Во взаимосвязи со ст. 160 ГК РФ, разрешающей по соглашению использовать при заключении сделок электронно-цифровую подпись или иной аналог собственноручной подписи, можно утверждать, что электронная форма договора, заключенного посредством сети Интернет, законом приравнена к письменной форме договора. Предпринимательская деятельность в сфере розничной торговли в сети Интернет

обычно осуществляется посредством специального веб-сайта (также именуемого "интернет-магазин"). К договорам розничной купли-продажи, заключенным на основании ознакомления покупателя с образцом товара, предложенным продавцом, будут применяться нормы о продаже товаров по образцам (ст. 497 ГК РФ; Правила продажи товаров по образцам (утв. Постановлением Правительства РФ от 21.07.97 г., далее – Правила)).

Следует также отметить, что покупатель до передачи ему товара вправе отказаться от исполнения договора при условии возмещения продавцу расходов, понесенных в связи с совершением действий по выполнению договора (ч. 3 ст. 497 ГК РФ, п. 22 Правил).

В заключении договора через сеть Интернет нередко участвуют третьи лица – организаторы электронных торговых площадок. Они размещают заявки клиента на продажу товаров; оформляют заявки покупателя, включая функционирование всего алгоритма заказа; оформляют электронные платежи на базе своего программного обеспечения и т.д. Заслуживает отдельного упоминания практика заключения договоров в информационно-электронной среде с использованием электронных агентов, или программ-роботов, которые могут заключать договоры без участия человека. Эти программные роботы функционируют таким образом, что способны «самостоятельно» принимать решения на основе заложенных в программу данных и фактических данных, существующих на момент принятия решения. С юридической точки зрения применение указанных программ вызывает сомнения: порождает ли заключенный с их помощью договор правовые последствия для его участников и каковы правовые последствия ошибок, допущенных такой программой? Программы-роботы не могут быть приравнены к традиционным автоматам, поскольку функционируют значительной вариативностью в процессе выполнения своих функций. Нормы ГК РФ о продаже товаров с использованием автоматов (ст. 498) в данном случае не могут быть применимы, поскольку особым признаком такого договора является способ вручения товара – посредством автомата. В электронной форме происходит только заключение договора или оформление заказа. Оплата товара происходит, при его доставке покупателю (например, курьером). Таким образом, после исполнения договора покупатель располагает набором обычных документов, подтверждающих факт заключения сделки, оплату товара и его получение. В данном случае ситуация очень схожа с покупкой товаров по образцам (например, по каталогу). В электронной форме происходит и заключение договора, и оплата товара, и передача товара покупателю – т.е. в случаях, когда товар обладает потребительскими свойствами исключительно в электронном виде. В данной ситуации, учитывая электронную форму такого товара и свойства Интернета, особое значение приобретают проблемы соблюдения авторских прав, а также вопросы, связанные с защитой прав потребителя в отношении качества приобретенного товара.

Полученные результаты. Как показывает выборочный анализ по трем организациям, внедрение специального веб-сайта по реализации, рекламе и продвижению товаров и услуг позволяет в среднем на треть увеличить объем реализуемой продукции. Объем реализуемой продукции напрямую зависит от успешности продвижения веб-сайта. К слабым, узким местам правового регулирования следует отнести проблемы в сфере правовой защищенности потребителя при реализации товара ненадлежащего качества и рисков случайного повреждения или гибели товара в процессе доставки товара потребителю. В этой связи возникла потребность внесения в законодательство соответствующих изменений, направленных на обеспечение адекватной защиты прав потребителей в плане предоставления полной информации о Продавце, перехода права собственности и риска случайной гибели товара в момент доставки товара потребителю.

Шевалдина Галина Владимировна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Матюк В.В., ст. преподаватель каф. права

Совершенствование правового регулирования коллективных соглашений в Республике Беларусь

Актуальность. Практика партнерских отношений выработала многообразные формы реализации социального партнерства: различного рода соглашения, консультации, переговоры, согласование действий в определении и проведении социально-трудовой политики, совместный контроль за выполнением достигнутых договоренностей и др. Среди них ключевое, определяющее значение принадлежит коллективным договорам и соглашениям.

Коллективный договор, регулируя трудовые отношения на уровне локального нормотворчества, является одной из основных форм самоуправления работников и выполняет, таким образом, защитную функцию трудового законодательства.

Коллективный договор, являясь локальным нормативным правовым актом, все более приобретает черты своеобразного трудового кодекса, призванного регламентировать трудовые отношения между работниками и работодателем на предприятии, приспособливать общие нормы трудового законодательства применительно к специфике предприятия. Его условия не могут ухудшать положение работников по сравнению с законодательством о труде, местными, тарифными соглашениями и Генеральным соглашением, поскольку коллективные договоры и заключаются для того, чтобы улучшить положение работников в трудовой и социальной сфере.

Методика и содержание исследования. Определены задачи исследования: провести исторический анализ развития законодательства и научных взглядов на институт социального партнерства; определить

основные признаки и отраслевые особенности коллективных соглашений; провести сравнение коллективных соглашений различных уровней; детализировать теоретические и практические вопросы заключения и применения коллективных договоров и соглашений в Республике Беларусь; определить место коллективных договоров и соглашений в системе источников трудового права; сформировать пакет документов, оформляющих ведение коллективных переговоров и заключение коллективного договора; выработать и научно обосновать предложения и рекомендации по совершенствованию норм трудового законодательства.

Исследование основано на диалектико-материалистическом подходе и применялись следующие методы: анализ, сравнение, обобщение, конкретно-исторический правовой метод, метод сравнительного правоведения.

Эмпирическую основу исследования составляют: трудовое законодательство, различные конвенции Международной организации труда, Указы Президента Республики Беларусь, Законы Республики Беларусь.

Теоретическую основу исследования составили труды белорусских и российских ученых. Среди современных белорусских авторов, исследовавших коллективный договор, следует отметить таких, как Василевич Г. А., Войтик А. А., Гушин И. В., Томашевский К. Л., Чесалина О. В. и другие. Среди российских ученых этой проблемой занимались Лушников А. М., Лушникова М. В., Нуртдинова А. Ф., Снигирева И. О. и другие.

Полученные результаты. По результатам исследований формируем следующие предложения по совершенствованию законодательства:

1. Необходимо конкретизировать процедуру применения такой формы взаимодействия и согласования позиций субъектов социального партнерства как консультации, решение вопросов труда «совместно», «по соглашению», «с учетом мнения» и определить на законодательном уровне правовые последствия для социальных партнеров в случае если кто-то из них проигнорирует соответствующие условия.

2. В ч. 1 ст. 354 ТК Республики Беларусь закреплено, что представительство интересов работников могут осуществлять соответствующие профессиональные союзы и иные представительные органы работников, действующие на основании актов законодательства. Однако пока законодательно не урегулирован порядок образования и функционирования иных представительных органов, соответственно работники сами могут его определять.

По нашему мнению следует закрепить такие основные положения, касающиеся порядка образования и функционирования иных представительных органов, как: права и обязанности членов представительных органов, порядок голосования и принятия решений, структуру соответствующих представительных органов.

Урегулирование на законодательном уровне порядка образования и функционирования иных представительных органов позволит предотвратить возможные ошибки и нарушения, возникающие в этой связи.

3. Согласно ст. 365 ТК отраслевые и местные коллективные соглашения Республики Беларусь имеют ограниченную сферу применения и распространяются на нанимателя и всех работников, от имени которых он заключен. Дабы расширить сферу применения действующих коллективных соглашений по нашему мнению статью 365 ТК после части 1 следует дополнить частями второй и третьей следующего содержания:

«По инициативе сторон коллективного соглашения, государственный орган, его заключивший, должен официально опубликовать предложение о присоединении к данному соглашению нанимателей, которые осуществляют свою деятельность в соответствующей отрасли или на соответствующей территории, в определённом им издании.

Официальное предложение должно быть опубликовано в течение двух недель с момента выражения инициативы одной из сторон. Наниматели имеют право по согласованию с представительными органами работников присоединиться к нему, подав соответствующее заявление в государственный орган, заключивший соглашение».

Части вторую и третью статьи 365 ТК Республики Беларусь считать соответственно частями четвёртой и пятой.

Кроме того реализация данного предложения позволит вовлечь нанимателей, не являющихся членами объединений нанимателей, в процесс коллективно-договорного регулирования трудовых и социально-экономических отношений, перенимать положительный опыт и устанавливать равные условия для работников, занятых в определенной отрасли или на соответствующей территории.

Для профсоюза работников АПК таким официальным изданием могла бы стать республиканская газета «Белорусская нива».

4. Для обеспечения участия в заключении коллективного договора и соглашения наибольшего количества работников в лице их представителей, а также заинтересованности менее представительных профсоюзов в коллективно-договорном регулировании ч. 2 ст. 356 ТК Республики Беларусь предлагается изложить в новой редакции:

«При наличии на уровне отрасли, территории, организации нескольких представительных органов работников каждому из них предоставляется право на ведение коллективных переговоров от имени представляемых им работников, а также право создавать единый представительный орган. Каждый представительный орган работников вправе направить другим представительным органам работников предложение, обязательно в письменной форме, о создании единого органа для ведения коллективных переговоров. Представительные органы, получившие такое предложение, обязаны дать ответ в десятидневный срок. Единый представительный орган работников формиру-

ется пропорционально количеству членов в каждом представительном органе работников».

5. Для решения практических проблем, возникающих при регистрации коллективных договоров и соглашений, с учетом принципа равноправия социальных партнеров следует предоставить представителям работников право подавать документы для регистрации коллективных договоров и уточнить в этой связи часть первую ст. 371 ТК Республики Беларусь.

*Шимоволос Екатерина Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права*

Характеристика деятельности Комитета Государственного Контроля

Актуальность. Органы финансовых расследований Комитета государственного контроля Республики Беларусь (далее – ОФР КГК) являются государственными правоохранительными органами, обеспечивающими экономическую безопасность Республики Беларусь в соответствии с задачами, возложенными на них Законом Республики Беларусь «Об органах финансовых расследований Комитета государственного контроля Республики Беларусь» и иными законодательными актами Республики Беларусь.

Методика и содержание исследования. Цель – исследовать деятельность ОФР КГК, в соответствии с возложенными на них функциями и задачами.

В зависимости от субъектов права, осуществляющих контроль, выделяют следующие виды финансового контроля:

государственный вневедомственный контроль – проводится государственными органами специальной компетенции в отношении организаций предприятий учреждений вне зависимости от ведомственной подчиненности. Органы – Комитет государственного контроля (далее – КГК). Национальный банк Республики Беларусь и банки второго уровня, Министерства финансов и его органы на местах, Министерство по налогам и сборам и его инспекции, Фонд социальной защиты населения министерства труда и социальной защиты Республики Беларусь;

ведомственный финансовый контроль – проводится силами самого ведомства на объектах находящихся в подчинении данного ведомства, осуществляется в целях осуществления в целях улучшения контрольно-ревизионной работы министерствах и иных республиканских органах, государственных ведомствах Республики Беларусь;

внутрихозяйственный финансовый контроль – проводится финансово-экономическими службами субъектов хозяйствования (бухгалтерия) в виде непрерывного наблюдения за финансовой экономической производственной снабженческой и сбытовой деятельностью, направ-

лен на выявление и устранение причин порождающих хищения и бесхозяйственность.

Основная задача ОФР КГК – обеспечение экономической безопасности страны в двух направлениях: за использованием бюджетных средств и собственности и за выполнением поручений главы государства. Обеспечение этой задачи выполняется не только чисто фискальными, контрольными мерами, но и мерами предупредительного характера. Каждый месяц, в каждом областном Комитете госконтроля, в каждом управлении Департамента финансовых расследований, в том числе в КГК, проводятся совместные с субъектами хозяйствования семинары и коллоквиумы, на которых происходит информирование и обучение представителей организаций. Контролеры доводят негативные результаты проверок, чтобы ошибки одних не повторяли другие. Слушаются и представители бизнеса, руководители предприятий, чтобы определить, что можно сделать в той или иной проблемной ситуации. Именно принцип предупредительных мер, преимущественное использование профилактических мер, направленных на предотвращение правонарушений при осуществлении предпринимательской деятельности, положен в основу работы контролирующих органов в принятой Директиве № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь», (далее – Директива №4). Она уже год является программным документом для белорусской вертикали власти. Предпринимательский сектор вполне определенно обозначен в нем как значимый и уже неотъемлемый элемент национальной экономики, как реализация правительством взятого курса на развитие предпринимательской инициативы в течение 2011 и 2012 годов. Директивой №4 установлено, что:

- проверки не должны нарушать производственно-хозяйственную деятельность проверяемых субъектов предпринимательской деятельности. Любое приостановление деятельности может осуществляться только в определенных законодательными актами случаях специально уполномоченным контролирующим (надзорным) органом или судом исключительно в целях обеспечения национальной безопасности, охраны жизни и здоровья граждан, охраны окружающей среды;

- контролирующим (надзорным) органам при осуществлении в отношении субъектов предпринимательской деятельности мониторингов и других аналогичных мероприятий, не являющихся проверками, запрещается использовать полномочия, предоставленные данным органам для проведения проверок.

На основании Указа Президента Республики Беларусь от 16 октября 2009 года №510 «О совершенствовании контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь» в стране в 2011 году было проведено контролирующими и надзорными органами 148,3 тыс. плановых и внеплановых. Основную долю проверок занимают налоговые – 25%. При этом на плановые пришлось 55%, внеплановые – 44,8%. На втором месте по количеству – проверки органов санитарного надзора

Министерства здравоохранения – 16,2% общего количества (плановых 62,8%). На долю проверок МЧС приходится 15,4% (плановых 66,3%), органов Госстандарта – 12,6% (плановых – 18,8%). Удельный вес проверочных мероприятий остальных контролирующих и надзорных органов в общем объеме значительно ниже. Так, плановые и внеплановые проверки КГК Республики Беларусь занимают в общем объеме только 2,6%. По состоянию на 1 декабря 2011 года в стране осуществляли хозяйственную деятельность 91,5 тыс. малых предприятий и 221,5 тыс. индивидуальных предпринимателей. По данным Министерства юстиции, только в 2011 году в Беларуси было зарегистрировано 14 395 юридических лиц и 41 962 ИП, 637 организаций с иностранными инвестициями. Количество юридических лиц – субъектов малого предпринимательства увеличилось на 6,2%. В прошлом году Комитетом государственного контроля проведено 6,5 тысяч проверок. Эта цифра в последние годы сократилась по сравнению с 2008 годом почти втрое. Вместе с тем, размер денежных средств, которые по итогам прошлогодних проверок были взысканы и восстановлены в доход государства, оказался вдвое большим, чем в 2009 году, и составил 469 млрд. рублей.

Полученные результаты. Можно констатировать, что деловая активность в республике нарастает, продолжается приток в экономику иностранного капитала. В 2010 году малый и средний бизнес Беларуси дал 40% национального экспорта. Сегодня контролирующие органы должны четко определить свое место в решении глобальных экономических задач государства. Например, известная сегодня проблема – отрицательное сальдо внешнеторгового баланса. Это серьезная задача, которую предстоит решить государству в ближайшие два года, и Госконтроль должен видеть здесь свою роль. Это значит, что в ходе проверок предприятий будет тщательно изучаться: что за импорт, всегда ли он оправдан, как реализуются программы импортозамещения. Вторая тема, связанная с этой проблемой, – ресурсо- и энергоэффективность, материалоемкость, энергосбережение.

Поэтому КГК Республики Беларусь будет вникать в эти глобальные проблемы экономики через контрольные функции, чтобы предупреждать неправильные действия, а там, где есть необходимость – наказывать виновных.

*Шматина Екатерина Александровна, студент 4 курса, юридический факультет, Белорусский государственный университет
Научный руководитель – Куницкая О.М., ст. преподаватель каф. финансового права и правового регулирования хозяйственной деятельности*

Становление института государственно-частного партнерства

Актуальность. Формирование механизмов государственно-частного партнерства (далее – ГЧП) определено в качестве одного из ключевых направлений деятельности Правительства по реализации

Программы социально-экономического развития на 2011-2015 гг. В данный момент Министерством экономики ведется разработка соответствующего законопроекта. Востребованность ГЧП в мировой практике обусловлена тем, что сотрудничество с частным бизнесом позволяет привлекать ресурсы в строительство и обслуживание объектов социальной и транспортной инфраструктуры, систему ЖКХ, тем самым решая общественно значимые задачи.

Методика и содержание исследования. Цель работы – оценка текста законопроекта, анализ зарубежного опыта правового регулирования.

ГЧП предполагает взаимодействие государства и бизнеса на партнерских основах, с обоюдной выгодой для сторон. Сотрудничество с государственным сектором предполагает высокие риски ввиду нестабильности законодательства, ряда политических и социально-экономических факторов. В целях привлечения частного инвестора необходимо предоставить ему гарантии деятельности.

Разрабатываемый законопроект определяет, что убытки, причиненные инвестору незаконными действиями должностных лиц государственных органов, возмещаются в порядке, установленном законодательством. Данная формулировка является достаточно общей и неполной, в частности, неясно, включается ли в понятие убытков упущенная выгода в смысле статьи 14 Гражданского кодекса Республики Беларусь. Представляется необходимым более подробно указать гарантии для частного партнера, в целях обеспечения привлекательности сотрудничества. Обратимся к опыту правового регулирования в Российской Федерации. На федеральном уровне закона о ГЧП не принято, однако соответствующие акты разработаны на уровне субъектов Федерации. Так, в ст. 16 закона Санкт-Петербурга «Об участии Санкт-Петербурга в государственно-частных партнерствах» содержатся следующие гарантии для частного инвестора: в случае принятия в течение действия соглашения нормативного правового акта, ухудшающего положение партнера, в том числе возлагающего на партнера дополнительные обязанности, может являться основанием для изменений условий соглашения; условия соглашения могут изменяться в целях обеспечения имущественных интересов партнера, существовавших на день подписания соглашения, в случае наступления следующих обстоятельств: 1) нарушение или ненадлежащее исполнение какого-либо обязательства по соглашению Санкт-Петербургом; 2) принятие решения или совершение действий каким-либо органом государственной власти Санкт-Петербурга, препятствующих исполнению партнером своих обязательств по соглашению, включая необоснованное вмешательство в хозяйственную деятельность партнера; 3) установление несоответствия фактических данных данным, указанным в конкурсной документации, равно как обнаружение в ней иных ошибок или неточностей, препятствующих исполнению партнером обязательств по соглашению; 4) обнаружение на предоставленном партнеру земельном

участке обременений, которые не были и не могли быть известны партнеру при заключении соглашения.

Представляется, что белорусскому законодателю следует учесть данный опыт правового регулирования и обеспечить инвестору подобные гарантии.

Также следует отметить, что в ходе реализации проекта между частным и государственным партнерами могут возникать разногласия. В законопроекте предусматриваются следующие способы разрешения споров: переговоры, досудебное урегулирование с участием Министерства экономики, а также «в соответствии с условиями, предусмотренными сторонами». Однако станет ли частный партнер обращаться в систему государственных судов, если его контрагентом является государство, и насколько вероятно в таком случае вынесение решения в пользу инвестора? Невьясненными остаются вопросы, подлежат ли рассмотрению подобные споры в Международном арбитражном суде при Белорусской торгово-промышленной палате, поскольку данный арбитраж ориентирован преимущественно на разрешений разногласий, возникающих из внешнеэкономической деятельности, а частным партнером может выступать и национальный инвестор. В свою очередь закон Республики Беларусь «О третейских судах» в ст. 10 устанавливает, что субъектом третейского соглашения государственный орган, в том числе орган местного самоуправления, выступать не может. В законодательстве субъектом Российской Федерации вопрос разрешения споров регламентируется различно. Ряд законов содержит общую формулировку о том, что спор подлежит разрешению в порядке, установленном законодательством. В то же время в других субъектах Федерации, например, в Чувашской республике в соответствующем законе предусмотрена возможность включения в соглашение арбитражной оговорки и передачи спора на рассмотрение в третейский суд либо в международный коммерческий арбитраж.

Полученные результаты. В работе приведены предложения по совершенствованию законодательства в сфере ГЧП. Предлагается конкретизировать перечень гарантий, предоставляемых частному инвестору, в частности предусмотреть дополнительные основания к изменению партнерского соглашения в случае изменения законодательства, вынесения решений государственными органами, если они затрагивают права частного партнера. Также следует предусмотреть эффективный порядок разрешения споров между партнерами.

*Югасева Олеся Анатольевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права*

Имущественное страхование

Актуальность. Поскольку в жизни человека происходят события, наносящие материальный ущерб и несущие реальную угрозу, перед

ним еще с древних времен встала задача найти способы противодействия их влиянию.

События в нашей стране за последние годы существенно изменили экономический уклад жизни населения и государства в целом. Появились целые прослойки собственников: предприниматели, коммерсанты, бизнесмены, владельцы квартир, дач. Обладание собственностью и деньгами не только позволяет пользоваться дополнительными благами (жить в роскошных коттеджах, отдыхать за границей, путешествовать по миру), но и связано с риском случайного повреждения или гибели имущества, заболевания (смерти), финансовых потерь, причинения вреда (ущерба) третьим лицам.

В таких условиях страхование является оптимальным способом защиты имущественных интересов всех категорий граждан и хозяйствующих субъектов.

Методика и содержание исследования. Имущественное страхование в Республике Беларусь - отрасль страхования, где объектами страховых правоотношений выступает имущество в различных видах. Имущественное страхование охватывает практически все виды имущества юридических и физических лиц: здания, сооружения, машины, оборудование, сырье топливо, материалы, рабочий и продуктивный скот, сельскохозяйственные посевы, предметы домашнего обихода и т.д.

В соответствии с действующим законодательством договор страхования есть соглашение между страхователем и страховщиком, в силу которого страховщик обязуется при совершении страхового случая произвести страховую выплату страхователю, или иному лицу, в пользу которого заключен договор страхования; а страхователь обязан уплатить страховые взносы в установленные сроки.

Предметом договора имущественного страхования является обязательство страховщика уплатить определенную сумму денег при наступлении определенного события, т.е. предметом договора страхования является денежное обязательство.

Говоря о предмете договора имущественного страхования, необходимо выделить то, что таковым является как указывалось выше денежное обязательство, которое называют «страховым», так как наличие в договоре именно этого обязательства обеспечивает страховую защиту. Необходимым условием возникновения указанного денежного обязательства страховщика по договору имущественного страхования является наступление страхового случая.

Более того должна иметь место причинная связь между наступлением страхового случая и убытками. Например, если оргтехника в офисе была застрахована на случай пожара, офис выгорел, а при расследовании оказалось, что имущество было похищено, а не сгорело, то страховщик убытки возмещать не обязан, так как причинная связь отсутствует.

Субъектами договора имущественного страхования выступают страховщик, страхователь, выгодоприобретатель и застрахованное лицо.

В качестве страховщика может выступать исключительно страховая организация – юридическое лицо, имеющее разрешение (лицензию) на осуществление страхования соответствующего вида.

Страхователем признается правосубъектное физическое или юридическое лицо, имеющее страховой интерес и вступившее на предусмотренных в законе правилах страхования соответствующего вида или определенных в договоре условиях в конкретное обязательство по страхованию со страховой организацией (страховщиком).

Выгодоприобретатель – третье лицо, в пользу которого может быть заключен договор страхования.

Застрахованное лицо – это субъект, выступающий носителем предмета страховой охраны, лицо, в жизни которого должно произойти событие, соответствующее страховому риску и влекущее для страховщика обязанность уплаты страхового возмещения.

К объектам относятся любые вещи, включая деньги и ценные бумаги, и информация. Из нематериальных благ к таким объектам относится деловая репутация, которая имеет денежную оценку.

Объем обязанностей страхователя (выгодоприобретателя) по каждому конкретному договору различается, в том числе, в зависимости от вида договора.

При этом наиболее распространенным как для отечественной, так и зарубежной страховой практики, является возложение на страхователя (выгодоприобретателя) обязанностей, исполнение которых служит установлению признаков страхового случая, его причин, обстоятельств и участников и является основой для определения размера причиненного убытка в застрахованном имуществе.

Страховой договор прекращается до наступления срока, на который он был заключен, если после его вступления в силу возможность наступления страхового случая отпала, и существование страхового риска прекратилось по обстоятельствам иным, чем страховой случай. К таким обстоятельствам, в частности, относятся:

гибель застрахованного имущества по причинам иным, чем наступление страхового случая;

прекращение в установленном порядке предпринимательской деятельности лицом, застраховавшим предпринимательский риск или риск гражданской ответственности, связанной с этой деятельностью.

При досрочном прекращении договора страхования при указанных обстоятельствах страховщик имеет право на часть страховой премии пропорционально времени, в течение которого действовало страхование. Остальную часть премии он должен возратить страхователю.

Договор страхования может быть расторгнут досрочно по соглашению сторон.

В таком соглашении стороны оговаривают условия досрочного расторжения договора, которые могут быть самыми различными (возврат части страховой премии и т.п.).

Договор страхования может быть прекращён досрочно по требованию страхователя, если к моменту отказа договор страхования не прекратил своё действие вследствие гибели застрахованного имущества или прекращения предпринимательской деятельности лица, застраховавшего свою связанную с такой деятельностью ответственность либо предпринимательский риск. При этом уплаченная страховщику страховая премия не возвращается страхователю.

Полученные результаты. Таким образом, имущественное страхование относится к специфическому и сложному сектору экономики и является необходимым элементом общественных отношений.

Динамичное развитие страхования в нашей республике связано с развитием коммерческого страхования и, прежде всего, имущественного страхования.

Параллельно с развитием услуг имущественного страхования происходит и совершенствование страхового законодательства. Институт страхования находится в стадии становления.

Белорусский страховой рынок активно развивается, но его развитие в некоторых случаях ограничивается несовершенством правового регулирования страховых отношений. Наличие пробелов и противоречий между разными нормативными актами требует системного научного изучения и страхового права в целом, и субинститута имущественного права в частности.

В настоящее время множество вопросов в теории и практике связано с имущественным страхованием.

Исходя из вышеизложенного, можно утверждать, что развитие имущественного страхования является на сегодняшний день одной из актуальнейших тем правовой доктрины.

*Яскевич Татьяна Сергеевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Чернов А.В., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. права*

Правовое регулирование производственно-хозяйственной и финансовой деятельности сельскохозяйственных организаций

Актуальность. В настоящее время в условиях перехода Республики Беларусь к рыночным аграрным отношениям в агропромышленном комплексе идет становление многоукладной экономики, основанной на различных формах собственности. Вместе с тем в Республике Беларусь все более широко обновляется национальное законодательство, в том числе и законодательство, регулирующее общественные отношения в агропромышленном комплексе, включая отношения в сфере сельскохозяйственной деятельности. Эти обстоятельства диктуют необходимость осуществления новых подходов к регулированию рыноч-

ных отношений, обусловивших расширение инициативы субъектов аграрного производства по осуществлению производственно-хозяйственной и финансовой деятельности. Возникла необходимость в выявлении общего и специального в правовом регулировании данных видов деятельности и в анализе особенностей их правового регулирования, в изучении правовых основ планирования данных видов деятельности на микроуровне, а также в анализе правовых средств повышения эффективности производственно-хозяйственной и финансовой деятельности сельскохозяйственных предприятий.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – изучение главных особенностей и тенденций производственно-хозяйственной и финансовой деятельности сельскохозяйственных организаций. Объектом исследования выступают некоторые положения Конституции Республики Беларусь, имеющие прямое или опосредованное отношение к рассматриваемой проблеме, аграрное, гражданское и иное законодательство Республики Беларусь, регулирующее производственно-хозяйственную и финансовую деятельность сельскохозяйственных организаций. Предметом исследования являются урегулированные правом общественные отношения, складывающиеся в сфере осуществления сельскохозяйственными организациями производственно-хозяйственной и финансовой деятельности.

Производственно-хозяйственная деятельность – это урегулированные нормами права общественные отношения, складывающиеся в сфере производства, переработки и реализации сельскохозяйственной продукции с целью получения прибыли.

Основная цель производственно-хозяйственной деятельности предприятий:

обеспечение населения продуктами питания,

обеспечение промышленности – сельскохозяйственным сырьем на основе рационального использования природных ресурсов.

Основное содержание производственно-хозяйственной деятельности составляют производство сельскохозяйственной продукции, ее переработка и реализация, которые определяют статус сельскохозяйственных предприятий. Закрепление этих видов деятельности в качестве основных указывает на специальную правоспособность сельскохозяйственных производителей. Данная деятельность сельскохозяйственных организаций направлена на эффективную организацию производственных процессов и взаимодействие предприятия с другими субъектами хозяйствования.

Законодательное закрепление и широкое практическое применение разнообразия форм сельскохозяйственных коммерческих организаций, принадлежащих различным субъектам собственности, стали главной причиной развития рыночного механизма регулирования финансово-кредитных отношений в сельском хозяйстве. Закрепление разнообразия субъектов собственности обусловило тенденцию «самоустранения» государства от прямого вмешательства в финансово-

экономическую жизнь сельскохозяйственных коммерческих организаций. Существенным является предоставление правового пространства для реального функционирования дозволенного метода регулирования финансовой деятельности, в которой самоограничителем выступают финансовые потенции «преимущественно по собственному усмотрению» субъектов аграрно-финансовых отношений как собственников. Новым в регулировании финансовой деятельности является законодательное установление принципа партнерства в финансовых отношениях между двухуровневой банковской системой другими кредитными финансовыми организациями и сельскохозяйственными организациями. Характерными для современных финансовых отношений в сельском хозяйстве, в отличие от прежних лет, наряду с финансовыми обязательствами в силу закона, обыкновениями становятся договорные начала в финансовой деятельности сельскохозяйственных коммерческих организаций.

Финансовая деятельность любого сельскохозяйственного предприятия включает в себя:

- организацию и планирование использования финансов;
- организацию и хранение денежных средств;
- ведение кассовых операций;
- бюджетные отношения;
- кредитные и налоговые отношения;
- отношения по страхованию.

Правовое регулирование финансовых отношений в АПК Республики Беларусь обладает определенными особенностями. Сезонный характер работы, риск больших потерь в производстве не по вине товаропроизводителя – эти и другие особенности сделали сельскохозяйственные организации субъектами финансовых отношений особого рода.

В связи с этим, а также в связи с затратами, неизбежными при осуществлении аграрной реформы, финансовая политика государства в агропромышленном комплексе отличается от политики в других отраслях. Одна из основных ее составляющих – система экономического стимулирования сельскохозяйственного производства, которая включает льготы по налогообложению и кредитованию, обеспечение государственного заказа и др.

Полученные результаты. Особенности аграрного предпринимательства обусловлены тем, что сельскохозяйственное производство основано на использовании природных ресурсов, в том числе земли в качестве основного средства производства. В связи с этим в аграрном секторе экономики должны функционировать особые формы организации и ведения производства. Правовое регулирование производственно-хозяйственной деятельности в сельском хозяйстве должно осуществляться с учетом преобладания биологического цикла в производстве, особенностей государственного контроля за собственностью на землю и другие природные объекты, преобладающего значения государственного регулирования условий, в которых функционируют

субъекты аграрного предпринимательства, особенностей экономической конкурентоспособности сельского хозяйства. Анализ действующего законодательства показывает, что в настоящее время производственно-хозяйственная и финансовая деятельность в сельском хозяйстве регулируются многими законодательными и иными нормативными актами, изданными в разное время, в которых либо регламентируются отдельные стороны этой деятельности, либо содержатся лишь самые обязывающие аграрно-правовые требования. В этом выражается недостаток, поскольку несмотря на множество нормативно-правовых актов, в них большее внимание уделяется различным сторонам финансовой деятельности сельскохозяйственных организаций, а производственно-хозяйственная деятельность не получила детального нормативного закрепления. В целях устранения этого недостатка целесообразно совершенствовать правовое обеспечение производственно-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций, в первую очередь путем принятия специального Закона Республики Беларусь, в котором бы уделялось достаточное внимание производственно-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций, а также ряда законов и подзаконных нормативных актов в сфере внутрихозяйственного планирования и стимулирования данной деятельности.

КАФЕДРА ИСТОРИИ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА

СЕКЦИЯ

№5 «Актуальные проблемы истории государства и права на современном этапе»

Артюх Елена Евгеньевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Трухнов И.М., ст. преподаватель каф. истории государства и права

Правовое регулирование взимания налогов с физических лиц в Республике Беларусь

Актуальность. Изучение порядка взимания налогов с физических лиц, в первую очередь, необходимо для специалистов, работающих в налоговых органах, юристов, а также их знание простыми гражданами Республики Беларусь – плательщиками налогов, так как в этой сфере на сегодняшний день имеется ряд недостатков и отдельных проблем.

В налоговой системе Республики Беларусь налоги с физических лиц занимают существенное место и представлены такими основными платежами, как подоходный налог, земельный налог и налог за владение собаками. Налогообложение физических лиц основывается на конституционном принципе, который гласит, что каждый гражданин должен участвовать в поддержке государства частью личных доходов. Поэтому налоги с граждан отражают причастность плательщика к формированию общегосударственных доходов. В то же время налоги служат средством индивидуальной связи гражданина с местными органами власти и управления, они дают основание для контроля за счет плательщиков.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является изучение теоретических основ налогообложения физических лиц в Республике Беларусь.

Согласно ст. 56 Конституции Республики Беларусь установлено, что граждане Республики Беларусь обязаны принимать участие в финансировании государственных расходов путем уплаты государственных налогов, пошлин и иных платежей. К исполнению обязанностей, в

том числе и в сфере налогообложения, гражданин может быть понужден, если они предусмотрены законами Республики Беларусь, о чём гласит статья 58 Конституции Республики Беларусь. Этим самым Конституция Республики Беларусь определила юридически значимый признак налога - обязательность (плательщики при определенных условиях обязаны осуществлять безусловную, полную и своевременную уплату налогов).

Статья 6 Налогового кодекса Республики Беларусь гласит, что налогом признается обязательный индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в республиканский и (или) местные бюджеты.

В соответствии со ст. 152 Налогового кодекса Республики Беларусь плательщиками подоходного налога с физических лиц признаются физические лица. Объектом налогообложения подоходным налогом с физических лиц признаются доходы, полученные плательщиками:

- от источников в Республике Беларусь и (или) от источников за пределами Республики Беларусь – для физических лиц, признаваемых налогоплательщиками резидентами Республики Беларусь;
- от источников в Республике Беларусь – для физических лиц, не признаваемых налогоплательщиками резидентами Республики Беларусь.

При определении налоговой базы подоходного налога с физических лиц учитываются все доходы плательщика, полученные им как в денежной, так и в натуральной формах. Налоговая база подоходного налога с физических лиц определяется отдельно по каждому виду доходов, в отношении которых установлены различные налоговые ставки (9%, 12%, 15%). Налоговым периодом подоходного налога с физических лиц признается календарный год. Отчетными периодами подоходного налога с физических лиц для индивидуальных предпринимателей (частных нотариусов, адвокатов) признаются квартал, полугодие, девять месяцев календарного года и календарный год.

Согласно п. 1 ст. 192 Налогового кодекса Республики Беларусь плательщиками земельного налога признаются организации и физические лица, у которых земельные участки на территории Республики Беларусь находятся на праве постоянного или временного пользования, пожизненного наследуемого владения или частной собственности. Объектами налогообложения земельным налогом признаются расположенные на территории Республики Беларусь земельные участки, находящиеся: в частной собственности, пожизненном наследуемом владении или временном пользовании (в том числе предоставленные во временное пользование и своевременно не возвращенные в соответствии с законодательством, самовольно занятые, используемые не по целевому назначению) физических лиц, а также принятые физическими лицами по наследству; в частной собственности, постоянном или временном пользовании организаций. Налоговая база земельного налога опреде-

ляется в размере кадастровой стоимости земельного участка (определяется в соответствии с законодательством об охране и использовании земель). Налоговым периодом земельного налога признается календарный год.

Согласно ст. 269 Налогового кодекса Республики Беларусь физические лица признаются плательщиками налога за владение собаками в возрасте трёх месяцев и старше. Налоговая база налога за владение собаками определяется как количество собак в возрасте трех месяцев и старше на 1-е число первого месяца налогового периода. Налоговым периодом налога за владение собаками признается календарный квартал. Сумма налога за владение собаками исчисляется как произведение налоговой базы и налоговой ставки. При исчислении суммы налога за владение собаками принимается размер базовой величины, установленный на 1-е число первого месяца налогового периода. Уплата налога за владение собаками производится плательщиками путем внесения сумм налога организациям, осуществляющим эксплуатацию жилищного фонда, одновременно с внесением платы за пользование жилым помещением (платы за техническое обслуживание). Налоговая декларация (расчет) по налогу за владение собаками не представляется.

Полученные результаты. Одной из важнейших обязанностей граждан в любом государстве и в том числе в Республике Беларусь, является обязанность принимать участие в финансировании государственных расходов путем уплаты государственных налогов, пошлин и иных платежей. В условиях рыночных отношений налоговая система является одним из важнейших регуляторов, основой финансово-кредитного механизма государственного регулирования экономики. От того, насколько правильно построена система налогообложения, зависит эффективное функционирование всего народного хозяйства. При этом представляется безусловно справедливой тенденция к серьезному формированию системы налогов.

Белова Алеся Михайловна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Трухнов И.М., ст. преподаватель каф. истории государства и права

Правовое регулирование взимания налогов с юридических лиц в Республике Беларусь

Актуальность. Налоги – один из важнейших инструментов государственного регулирования. Необходимость налогов вытекает из классических функций государства, выполняющего политическую, экономическую, внешнеэкономическую, оборонную, социальную деятельность, требующую средств. В настоящее время во всех развитых странах на долю налогов приходится 80-90% всех бюджетных поступлений. В налоговой системе Республики Беларусь ведутся постоянные

изменения, а основную часть средств, поступающих в бюджет государства от взимания налогов, уплачивают юридические лица.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – установление видов налогов уплачиваемых в Республике Беларусь с юридических лиц и установление проблематики изменения налоговой системы Республики Беларусь.

В соответствии с п.2 ст.13 Налогового кодекса Республики Беларусь под организациями понимаются:

1. Юридические лица Республики Беларусь;
2. Иностранные и международные организации, в том числе не являющиеся юридическими лицами;
 1. Простые товарищества (участники договора о совместной деятельности);
 2. Хозяйственные группы.

К основным видам налогов взимаемых в Республике Беларусь с юридических лиц являются:

1. Налог на добавленную стоимость;
2. Акцизы;
3. Налог на прибыль;
4. Налог на доходы иностранных организаций, не осуществляющих деятельность в Республике Беларусь через постоянное представительство;
5. Налог на недвижимость;
6. Земельный налог;
7. Экологический налог;
8. Налог на добычу (изъятие) природных ресурсов.

Составными элементами каждого из этих налогов являются: объект налогообложения; налоговая база; налоговый период; налоговая ставка (ставки); порядок исчисления; порядок и сроки уплаты.

Полученные результаты. В настоящее время существуют следующие проблемы функционирования налоговой системы Республики Беларусь:

- сложное законодательство;
- четкость изложения некоторых норм;
- высокая периодичность уплаты налогов;
- большое количество налогов и сборов;
- относительно высокие налоговые ставки;
- жесткие санкции за нарушения налогового законодательства, даже за мелкие ошибки, нередко вызванные неточностью в законодательных актах;
- высокое налоговое бремя;
- частые случаи уклонения от уплаты налогов;
- большое количество документов, необходимых для заполнения.

- Для решения этих проблем необходимо проводить меры по оздоровлению налоговой системы и в качестве основных направлений развития можно выделить следующие тенденции:
- снижение числа налогов и сборов;
- упрощение налогового законодательства;
- систематизация и упорядочение платежей и механизмов из взимания;
- упрощение документооборота;
- введение электронной системы расчетов;
- снижение налоговой нагрузки на экономику;
- увеличение периода уплаты налогов;
- меры по избеганию двойного налогообложения и др.

Не стоит забывать, что налоги – очень важный и весьма тонкий рычаг государственного регулирования, поскольку при их реформировании затрагиваются интересы широких слоев общества и предпринимательских структур. Поэтому внесение тех или иных изменения в систему налогообложения требует очень взвешенного подхода и должно сочетаться с комплексом других мер, направленных на оздоровление экономики.

Ботяновская Кристина Анатольевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

Опасности межнационального брака

Актуальность. Вступая в брак, молодожены не очень отчетливо представляют себе, что такое брачно-семейные отношения. А ведь они накладывают на каждого из супругов определенные обязанности. Поэтому часто, вместо того чтобы приносить радость, семейные отношения становятся бременем. Но с еще большей предусмотрительностью стоит относиться к бракам с иностранными гражданами.

Методика и содержание исследования. В ходе исследования были использованы такие методы, как метод анализа, синтеза, индукции и дедукции.

Количество зарегистрированных у нас браков с иностранцами начало увеличиваться с 2000 года. Большинство таких союзов заключается с гражданами России, но едут наши девушки и в Западную Европу (Италия, Германия, Турция, Америка и др.). В общем, межнациональная свадебная география достаточно разнообразна.

В Беларуси, чтобы создать семью с представителем другой страны, не требуется каких-то сложных юридических процедур. Например, будущий зарубежный муж должен принести в ЗАГС паспорт или иной документ, зарегистрированный в органах внутренних дел, удостоверяющий личность. Документ, правда, надо перевести на белорусский

или русский язык и заверить нотариально. Если избранник уже когда-то был женат, потребуется и документ о расторжении прежнего брака, а также подтверждение, что на данный момент он холост, но следует учесть, что это две абсолютно разные бумаги. Браки, которые женихи восточных стран регистрируют у нас или еще где-нибудь не по мусульманскому обряду, в их странах не имеют юридической силы. Есть случаи, когда справку о брачной правоспособности восточные женихи берут у себя на родине, где никогда не были женатыми, но в то же время имеют не расторгнутый брак в другой стране, о чем просто не сообщают.

Важным аспектом того, на чем строятся отношения супругов, является не только их отношение друг к другу, но и культурные особенности, в которых каждый из них воспитан. "Схожу замуж, не понравится – разведусь!" - полагают неподготовленные женщины. Но так просто это не получается, особенно если уже есть дети. Последние становятся предметом шантажа в случае развода. Пожалуй, одним из самых тяжелых вопросов, который приходится решать, - возвращение из-за рубежа белорусок с детьми, рожденными в межнациональном браке. Ребенок считается гражданином той страны, в которой появился на свет. Часто белоруски уезжают и забывают оформить выезд на постоянное жительство в течение всего срока проживания за границей, а это очень важно сделать. Мать, которая в таком случае считается постоянным жителем Беларуси, не сможет при необходимости получить в нашем консульстве белорусский паспорт для своего ребенка. Это нужно, чтобы в случае не очень счастливого финала семейной истории ребенок вместе с матерью мог поехать в Беларусь без лишних трудностей.

В деле заключения брака с гражданином другой страны всегда нужно подстраховываться: с приездом в другую страну следует сделать копии всех документов, имеющихся в наличии, и сохранять их в надежном месте, можно даже отправить в белорусское консульское учреждение. Так же стоит позаботиться и о медицинской страховке и, если нет уверенности в будущем, о наличии обратного билета с открытой датой.

Уезжая в восточные страны, не следует гнаться за "красивой сказкой" и напрочь забывать о своей безопасности. Брак, зарегистрированный у нас, там не имеет юридической силы. Если молодые женились не по мусульманскому обряду, женщина - бесправна. Рассчитывать на то, что дети мусульманина вернуться в случае развода в Беларусь, почти не приходится.

С западными женихами – другие нюансы. Важно, чтобы невесты знали про все законодательные требования и особенности зарубежного брака. Так, во Франции на заключение брака требуется разрешение мэрии, чему предшествует сложная юридическая процедура и необходимость собрать большое количество документов. Подписывают там и брачный контракт, где каждая из сторон может внести свой пункт. Можно записать, например, что в случае расторжения брака дети оста-

нута с матерью. Лучше заключать брак на территории Беларуси. Следует обращать внимание на то, с кем из родственников иностранный жених познакомил будущую жену, хочет ли приехать для знакомства сам. Человек, которому не нужно что-то скрывать, адекватно будет относиться к тому, если вы попросите показать свои документы или захотите узнать больше о семье избранника.

Полученные результаты. Подводя итог всему выше сказанному можно сделать вывод о том, что главной целью нашего государства при рождении новой межнациональной семьи должна быть разработка еще более эффективного механизма защиты прав граждан Беларуси, состоящих в данном союзе. Возможно, решением данного вопроса на первоначальном этапе могут стать непосредственные беседы с гражданами родного государства и разъяснения им последствий заключения межнационального брака, что может поспособствовать их безопасному будущему.

Гордеюк Екатерина Олеговна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

Правовое регулирование туристической деятельности в Республике Беларусь

Актуальность. Туризм это одна из наиболее важных сфер современной экономики. Данный вид деятельности направлен на удовлетворение потребностей людей в ознакомлении с историей, культурой, обычаями, духовными и религиозными ценностями различных стран и их народов.

Методика и содержание исследования. В Законе «О туризме» Республики Беларусь дано определение понятия «туризм». В соответствии с ним, туризм – это временные выезды (путешествия) людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

Международный туризм в современных условиях приобрел огромные масштабы, оказывая существенное влияние на политические, экономические и культурные связи между государствами. Туризм затрагивает интересы все большего числа стран, вовлекая их в активный процесс туристского обмена и становясь стратегически важной отраслью мирового хозяйства. Имеет большое значение туристская индустрия для Беларуси. Постепенно расширяется географическая структура внешних туристских связей. Если в 2005 г. республику с туристическими целями посетили жители 90 государств, а белорусские путеше-

стvenники побывали в 56 странах, то в 2010 г. в результате расширения международных контактов число туристообразующих стран для Республики Беларусь увеличилось в 2 раза.

Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 24 марта 2011 г. №373 утверждена третья Национальная программа развития туризма Республики Беларусь на 2011—2015 годы. В соответствии с ней приоритетным направлением сотрудничества Республики Беларусь с международными организациями в сфере туризма является продолжение расширения взаимодействия со Всемирной туристской организацией (ВТО) – специализированным учреждением Организации Объединенных Наций и ведущей международной организацией в сфере туризма, членом которой Беларусь является с апреля 2005 г.

Главной целью Государственной программы является создание благоприятных условий для формирования эффективного конкурентоспособного туристического рынка, способного обеспечить широкие возможности удовлетворения потребности белорусских и иностранных граждан в туристических услугах.

Основными задачами Государственной программы являются:

совершенствование системы подготовки кадров в сфере туризма, создание конкурентоспособных туров и туристических маршрутов; продвижение национальных туров и экскурсий по Беларуси на мировом и внутреннем туристических рынках; развитие объектов туристической индустрии; повышение качества туристических и сопутствующих услуг, их реализация по конкурентным ценам.

В соответствии с государственной программой по развитию туризма на 2011-2015 годы предусматривается, что экспорт туристических услуг достигнет 510 млн. долларов.

Республика Беларусь тесно сотрудничает со многими государствами, особенно с Российской Федерацией.

В настоящее время в соответствии с Соглашением между Российской Федерацией и Республикой Беларусь от 24 января 2006 года «об обеспечении равных прав граждан Российской Федерации и Республики Беларусь на свободу передвижения, выбор места пребывания и жительства на территориях государств-участников Союзного государства граждане одной Стороны независимо от места пребывания (проживания) имеют право свободно въезжать, выезжать, пребывать, следовать транзитом, передвигаться и выбирать место жительства на территории другой Стороны, за исключением мест, для посещения которых в соответствии с законодательством Сторон требуется специальное разрешение, по следующим действительным документам».

Данное двустороннее соглашение есть наглядный пример сотрудничества государств, с пользой для каждого из них. Оно упрощает процедуру оформления нужных документов иностранным гражданам для выезда за границу и, что немало важно, становится дешевле. Всё это сказывается положительно на экономике данных стран-участниц соглашения.

В настоящее время республикой подписаны более 20 межправительственных и межведомственных соглашений в области туризма, причем часть из них специализируется непосредственно на вопросах расширения сотрудничества в области туризма, другие же предусматривают активизацию взаимодействия по различным направлениям, включая туристскую сферу.

Кроме этого Республикой Беларусь были подписаны Соглашения о сотрудничестве в области туризма с такими странами как:

Государство Израиль (26 мая 1992 г. «Меморандум о взаимопонимании»); Китайская Народная Республика (25 ноября 2005 г., Соглашение «О сотрудничестве в сфере спорта и туризма», 1 марта 1993 г. Соглашение «О взаимных безвизовых групповых туристских поездках»); Республика Индия (14 мая 1993 г. Соглашение «О сотрудничестве в области туризма»); Украина 23 июля 1993 г. Соглашение «О сотрудничестве в сфере туризма»); Румыния (14 апреля 1994 г. Соглашение «О сотрудничестве в области науки, образования, культуры, информации, охраны здоровья, спорта и туризма»); Республика Польша (27 ноября 1995 г. Соглашение «О сотрудничестве в области туризма») и т.д.

Исходя из этих соглашений, можно сделать вывод, что Беларусь стремится реализовать совместные проекты, направленные на:

- усиление природоохранного потенциала наших территорий;
- продвижение туристских возможностей регионов при проведении международных музыкальных фестивалей (в том числе международных фестивалей искусств «Славянский базар», «Золотой шлягер», «Сожский хоровод», ежегодного Международного фестиваля творчества малых народов в Гродненской области и др.);
- организацию «ностальгических» туров для выходцев из Беларуси и их потомков, проживающих в других странах, в первую очередь в Литве, Латвии, Польше, Израиле, США, Канаде и многое другое.

Полученные результаты. Несмотря на все соглашения, необходимо также расширять международное сотрудничество белорусских общественных объединений в сфере туризма с их зарубежными коллегами (например, с многочисленными российскими ассоциациями в сфере туризма: Ассоциацией содействия туристским технологиям (АСТТ), Российской ассоциацией делового туризма (РАДТ), Российским союзом туристской индустрии (РСТ), Московской ассоциацией туристских агентств (МАТА), Гильдией журналистов, пишущих о туризме (UJETRUS) и др.). Примером такого сотрудничества является деятельность белорусского общественного объединения «Агротуризма», успешно реализующего в республике международные проекты по развитию сельского туризма.

Это способствует активизации деятельности Беларуси на международной арене в сфере туризма и будет повышать ее международный авторитет, укреплять экономический потенциал.

Дударева Виктория Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

История развития и возникновения учения о правовом государстве

Актуальность. Актуальность темы связана с потребностями белорусского общества в построении правового и гуманистического государства. При условии, что важной стороной становления и функционирования подлинной демократии является повышение роли права в регулировании разнообразных отношений между людьми. Это полностью относится к современному обществу Республики Беларусь.

Методика и содержание исследования. В данной работе ставится цель: проанализировать основные этапы развития идеи о правовом государстве в историческом прошлом и в настоящее время, рассмотреть некоторые методологические проблемы его становления на современном этапе. В качестве методологической базы выступает прежде всего социальная диалектика, ее основные принципы, законы и категории, в том числе категории всеобщей связи, развития, анализа и синтеза, индукции и дедукции, а также метод сочетания исторического и логического, системного анализа, в конечном счете законы и категории формальной и диалектической логики.

Вопросы истории становления и развития идеи правового государства широко обсуждаются в наше время юристами и историками государства и права России и Беларуси.

В месте с тем следует отметить что, эта проблема относительно новая для нашей юридической и исторической наук, так как в доперестроечный период обозначенная проблема в нашей стране, по сути, не ставилась и не разрабатывалась. При этом, долгое время сама идея правового государства официальной советской идеологией отвергалась и оценивалась как идеалистическая и буржуазная. Начавшаяся в СССР перестройка и демократизация общественных отношений создала объективные и субъективные предпосылки для изучения истории, теории и практики правового государства.

Проанализировав юридическую, историческую и политологическую литературу за последние 20 лет можно сделать вывод, что эта проблема, после включения этого понятия в конституцию Российской Федерации и Республики Беларусь, привлекла внимание многих учёных юристов, историков и политологов.

В настоящее время главы о правовом государстве опубликованы почти во всех учебниках по общей теории государства и права. В них, как правило, даётся краткий исторический анализ идей правового государства и основное внимание уделяется его признакам. Анализируются эти вопросы и в учебниках и в учебных пособиях по истории политических и правовых учений.

Серьезный научно-исследовательский вклад в теорию правового государства был сделан ещё в 1988 году В.С. Нерсисянцем в его монографии «Концепция советского правового государства». В ней он писал, что предназначение правового государства состоит «в обеспечении гарантий, неприкосновенности собственности, правовой, хозяйственной и творческой самостоятельности, равной меры свободы для производителей и потребителей социальных благ». Примерно в это же время известными учеными Ю.М. Батуриным и Р.З. Лившицом была выпущена монография «Социалистическое правовое государство: от идеи к осуществлению» (1989 г.). Сущность этой работы выражается в попытке авторов через призму теории и практики рассмотреть проблему правового государства. В этой работе рассмотрены также взгляды многих мыслителей прошлого на проблему правового государства. Однако недостатком этой работы является то, что авторы рассматривали эту проблему в рамках социалистической общественной формации.

В 90-е годы начали появляться специальные работы по этой теме. Так, И.Ю. Козлихин посвятил этой проблеме монографию, где подробно рассмотрел историко-юридические проблемы становления и развития идеи правового государства. В эти же годы появлялись статьи, посвященные взглядам отдельных юристов и философов на эту проблему. Так В.С. Нерсисянц опубликовал научную статью «Концепция советского правового государства в контексте учений о правовом государстве». Её основная идея - «Правовое государство - антипод тоталитаризма».

В 1990 году издательством «Прогресс» под рубрикой «Перестройка: гласность, демократия, социализм» было выпущено издание (сборник статей) «Право и власть», в котором были опубликованы труды известных советских правоведов и философов, в том числе посвященные проблеме правового государства. Речь идет о работах В.А. Четвернина – «Концепция современного правового государства», З.М. Черниловского – «Правовое государство: на перекрестке мнений» и В.Д. Зорькина – «Социалистическое правовое государство: основные черты концепции». В.А. Четвернин свою концепцию правового государства изложил в соответствии с реалиями 90-х годов, в основном делая упор на демократизацию политической жизни общества и борьбу с тоталитаризмом. З.М. Черниловский видел суть и предназначение правового государства в том, чтобы оно не причиняло. В.Д. Зорькин указал, что «верховенство закона, режим законности являются необходимыми аспектами становления правового государства».

Монография В.А. Четвернина «Демократическое конституционное государство: введение в теорию» (1993 г.), содержит много ценной информации по отдельным конституционно-правовым проблемам формирования правового государства. Речь идет о проведенном комплексном анализе вопросов перехода от тоталитаризма к демократии -

важному институту правового государства, достижению человеческой цивилизации.

Заслуживает внимания вышедшая в 1999 году коллективная монография В.М. Боера, Ф.М. Городинц, Э.П. Григонисом, М.В. Сальникова и Н.Г. Янгола «Правовое государство: реальность, мечты, будущее». Её ценность в том, что в нем авторы ставят и разрешают ряд проблем строительства правового государства. Речь идет о историко-правовой концепции правового государства, основных чертах, понятии, механизме, приоритетных направлениях, системе органов власти правового государства.

Значительный вклад в развитии этой проблемы внесли белорусские юристы и историки В.Т. Тихиня, С.Г. Дробязко и В.С. Комаров, А.Ф. Вишневский Н.А. Горбатов, В.А. Кучинский в монографиях, и учебниках учебных пособиях, которых рассматривается проблемы становления и развития правового государства.

Большой вклад в изучение этой проблемы внесла Международная научно – практическая конференция «Конституционно-правовые проблемы формирования социального правового государства» которая состоялась в Минске в 2000 г.

Проблеме становления правового государства посвящены статьи, белорусских ученых И.А. Андреева, Г. Василевич, А. Калесника, В.А. Кучинский. Н.В. Сильченко и Т. Яковлевой, опубликованные в белорусских журналах и научных сборниках.

Вместе с тем, знакомство с нормативно-правовыми документами и литературой в процессе данной работы убедило нас в том, что в этом отношении сделано далеко не все.

Полученные результаты. В заключении следует отметить, что в данном исследовании мы исходили из того, что идея правового и социального государства обладает мощным мобилизующим потенциалом, способствует, созданию устойчивой политической системы, обеспечивающей полноценное функционирование гражданского общества.

При его создании, не следует слепо копировать опыт других стран. Необходимо учитывать своеобразие опыта исторического развития, культуры, обычаев и нравов, а также психологии народа Беларуси.

Ильянова Мария Сергеевна, студент 1 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

Право граждан на благоприятную окружающую среду

Право граждан на благоприятную окружающую среду закреплено в Конституции Республики Беларусь (ст. 46). Осуществление названного права рассматривается в качестве одного из главных направлений государственной политики в области охраны окружающей среды.

Актуальность. Право на благоприятную окружающую среду базируется на неотъемлемом праве человека - праве на жизнь, провозглашенном во Всеобщей декларации прав человека 1948 г.

Конституция Республики Беларусь в соответствии с ее юридической силой является первым источником права. Основные положения экологической доктрины Республики Беларусь определены в Конституции.

Методика и содержание исследования. В соответствии с Основным законом меры по охране окружающей среды носят общегосударственный характер. Конституция устанавливает права граждан в области охраны окружающей среды, закладывает экономическую основу экологических отношений.

В законодательстве Республики Беларусь «обеспечение права граждан на благоприятную для труда и отдыха окружающую среду» в качестве основного принципа охраны окружающей среды было закреплено в 1992 г. в Законе «Об охране окружающей среды».

В новой редакции Закона Республики Беларусь «Об охране окружающей среды» (2002 г.) соблюдение права граждан на благоприятную окружающую среду закреплено в качестве основного принципа охраны окружающей среды. Определено, что «право на благоприятную окружающую среду принадлежит гражданину от рождения и подлежит защите как личное неимущественное право, не связанное с имущественным, в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь».

Окружающая среда представляет собой сложное понятие, в состав которого входят взаимодействия общества (человека) и природы, состоящее из двух форм. Первая форма - потребление природы человеком, использование для удовлетворения материальных и духовных потребностей - экономическая форма взаимодействия. Вторая форма взаимодействия - охрана окружающей среды, с целью обеспечения сохранения жизни на земле, естественной среды обитания - экологическая форма.

Человек воздействует на окружающую природную среду не только, потребляя ресурсы, но и изменяя природную среду для своих конкретных практических и хозяйственных целей. В связи с этим хозяйственная деятельность оказывает большое влияние на природу, подвергая ее изменениям, которые в свою очередь влияют на самого человека.

Снижение экономического потенциала республики неизбежно сказывается на решении природоохранных задач. При этом надо учитывать, что бурное развитие техно сферы, стремление получить быстрый эффект, приоритет отраслевых интересов привели к серьезным диспропорциям, разрушению природных комплексов республики, нерациональному использованию ее ресурсов, накоплению большого количества отходов.

Несмотря на значительные капитальные вложения, направляемые на мероприятия по охране окружающей среды, неравномерность хо-

зяйственного освоения, территории республики и недостаточно высокий уровень организации и технологии производства способствовали возникновению конфликтных экологических ситуаций в районах добычи полезных ископаемых (г.Солигорск), в городах с развитыми химической и нефтехимической промышленностью, машиностроением, стройиндустрией и т.д. (Могилев, Новополоцк, Гомель, Мозырь, Витебск, Минск и др.).

Экологическая обстановка резко и надолго осложнилась в связи с катастрофой на Чернобыльской АЭС в 1986г. Значительная часть территории республики вообще оказалась непригодной для хозяйственной деятельности и опасной для жизни людей.

Полученные результаты. Государственная политика в области охраны окружающей среды в Республике Беларусь определяется Национальным собранием и Президентом. Ответственность за состояние природной среды в республике возложена на Совет Министров Республики Беларусь и местные органы исполнительной власти. Центральным органом, осуществляющим государственный контроль за выполнением законодательства в республике, разработку природоохранной политики, экологическую экспертизу, размещения народнохозяйственных объектов, является министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды, структурное подразделение Совета Министров республики, и его органы на местах.

Главными задачами Минприроды являются:

- проведение единой государственной политики в области охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов;
- осуществление государственного управления в области изучения, охраны, воспроизводства и рационального использования природных ресурсов;
- регулирование и координация деятельности других республиканских органов государственного управления в области обеспечения экологической безопасности, охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов;
- обеспечение сохранения и устойчивого использования биологического разнообразия животного и растительного мира;
- обеспечение республиканских органов государственного управления экологической информацией, организация пропаганды экологических знаний, участие в создании системы просвещения, образования и воспитания в области охраны окружающей среды;
- осуществление международного сотрудничества.

К стратегическим задачам в данной области относятся:

- поддержание благоприятной среды для обеспечения благополучия населения всей страны;
- сохранение биосферного равновесия на локальном, региональном и глобальном уровнях;

- сохранение генетического фонда, видового и ландшафтного разнообразия дикой природы;
- обеспечение экологической безопасности планеты как приоритетная задача государственного значения.
- Направление оздоровления и охраны окружающей среды предусматривали следующие меры:
 - запретить строительство объектов, приводящих к ухудшению экологической обстановки;
 - прекратить размещение экологически опасных производств в городах до нормализации экологической обстановки;
 - разработать мероприятия по созданию санитарно-защитных зон;
 - разработать стандарт качества природной среды.

Реализация этих мероприятий будет способствовать снижению отрицательного воздействия промышленного производства, сельского и коммунального хозяйства, транспорта на окружающую природную среду, воспроизводству растительного и животного мира, бережному, рациональному использованию природных ресурсов и, в конечном итоге, обеспечению благоприятных условий жизни, труда и отдыха людей.

Исаченко Елена Валерьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Орлович Н.В., ст. преподаватель каф. истории государства и права

Правовое регулирование взимания налогов с юридических лиц

Актуальность. Взимание налогов с юридических лиц – неотъемлемая часть налоговой политики Республики Беларусь. Непосредственно с помощью налоговых поступлений формируется государственный бюджет, а в последующем осуществляется финансирование всей государственной деятельности. Актуальность данной темы заключается в том, что налоги, взимаемые с юридических лиц, составляют наибольшую часть денежных средств, поступающих в государственный бюджет, и поэтому нуждаются в особом правовом регулировании. Деятельность юридических лиц неразрывно связана с налогообложением в государстве и во многом зависит от государственной политики, поэтому возникает и необходимость рассмотрения влияния налогов на деятельность юридических лиц, разработки новых законопроектов в налоговом законодательстве

Методика и содержание исследования. Целью данной работы является: выделить основные виды налогов, уплачиваемые юридическими лицами; рассмотреть систему постановки на учет юридических лиц, порядок уплаты ими налогов. В процессе исследования был использован метод системного анализа, сравнительно-правовой метод, а так же формально-логический .

Налогом признается обязательный индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в республиканский и (или) местные бюджеты. Юридические лица выплачивают следующие виды налогов: налог на добавленную стоимость; акцизы; налог на прибыль; налог на недвижимость; экологический налог; земельный налог; налог за добычу (изъятие) природных ресурсов; налог при упрощенной системе налогообложения; единый налог для производителей сельскохозяйственной продукции; налог на игорный бизнес; налог на доходы от осуществления лотерейной деятельности; налог на доходы от проведения электронных интерактивных игр. Налоги, включаемые в себестоимость продукции, их ставки и размеры, представляют огромный интерес для всех промышленных предприятий, которым следует планировать свою деятельность таким образом, чтобы и платить соответствующие налоги государству, и самим быть прибыльными. Основными законодательными актами, регулирующими порядок Постановки юридических лиц на учет в налоговый орган являются Постановление Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 31.12.2010 N 96 "Об установлении форм заявлений о постановке на учет в налоговом органе и сообщения юридического лица о создании филиалов, представительств и иных обособленных подразделений юридического лица, утверждении Инструкции о порядке заполнения заявлений о постановке на учет в налоговом органе и сообщения юридического лица о создании филиалов, представительств и иных обособленных подразделений юридического лица, Инструкции о порядке и условиях присвоения, изменения учетного номера плательщика и признания его недействительным, о внесении изменения в постановление Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 20 ноября 2003 г. N 103, признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь и отдельных структурных элементов постановлений Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь" и Постановление Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 31.01.2012 №3 "О внесении дополнений и изменений в постановление Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 31.12.2010 №96". В данных законодательных актах установлены формы: заявления о постановке на учет в налоговом органе белорусских организаций; заявления о постановке на учет в налоговом органе иностранной организации; Инструкции о порядке заполнения заявлений о постановке на учет в налоговом органе и сообщения юридического лица о создании филиалов, представительств и иных обособленных подразделений юридического лица, которая регулирует порядок заполнения заявлений о постановке на учет в налоговом органе и сообщения юридического лица о создании филиалов, представительств и иных обособленных подразделений юридического лица; Инструкции о порядке и усло-

виях присвоения, применения, изменения учетного номера плательщика и признания его недействительным, которая регулирует порядок и условия присвоения, применения, изменения учетного номера плательщика и признания его недействительным.

Согласно ст.44 Налогового Кодекса Республики Беларусь плательщик самостоятельно исчисляет сумму налога, подлежащую уплате за налоговый период, исходя из налоговой базы, налоговой ставки и налоговых льгот, если иное не установлено Налоговым Кодексом Республики Беларусь. В некоторых случаях обязанность по исчислению суммы налога может быть возложена на налоговый или таможенный орган либо налогового агента. Сроки уплаты налогов устанавливаются Налоговым Кодексом Республики Беларусь и иными законодательными актами Республики Беларусь применительно к каждому налогу. Уплата налогов производится разовой уплатой всей причитающейся суммы налога текущими платежами либо в ином порядке, установленном актами законодательства. Уплата налогов, как правило, производится в наличном или безналичном порядке в белорусских рублях. Уплата налогов юридическим лицом производится путем подачи налоговой декларации по каждому уплачиваемому налогу. Формы таких деклараций, а также правила их заполнения регулирует Постановление Министерства по налогам и сборам Республики Беларусь от 15.11.2010 № 82 «Об установлении форм документов, необходимых для исчисления, уплаты налогов, сборов (пошлин), и о некоторых вопросах порядка их заполнения, представления подтверждения постоянного местонахождения иностранной организации, ведения учета выручки от реализации товаров (работ, услуг), доходов и расходов индивидуальными предпринимателями (частными нотариусами)», в Приложении которого находятся утвержденные формы налоговых деклараций. Помимо этого в нем содержатся и Инструкция о порядке заполнения налоговых деклараций по налогам, книги покупок, Инструкция о порядке предоставления подтверждения постоянного местонахождения иностранной организации, Инструкция о порядке ведения учета выручки от реализации товаров (работ, услуг). Как видно из вышеперечисленных положений, при уплате налогов юридическими лицами необходимо дополнить большое количество заявлений, как для постановки на учет и присвоения учетного номера плательщика, так и при заполнении налоговых деклараций по каждому виду налога, уплачиваемого юридическим лицом.

Полученные результаты. Для осуществления юридическими лицами, как налоговыми резидентами Республики Беларусь, своей основной обязанности – уплаты налогов необходимо: стать на учет в налоговый орган, путем подачи заявления о постановке на учет; получить учетный номер плательщика; подавать налоговую декларацию в каждом налоговом периоде по каждому из видов уплачиваемых налогов в соответствующий налоговый орган; самостоятельно исчислять сумму налога, подлежащую уплате за налоговый период, исходя из на-

логовой базы, налоговой ставки и налоговых льгот; соблюдать сроки и порядок уплаты каждого из видов налогов. Для выполнения данных действий, юридическими лицами затрачивается большое количество времени только для заполнения заявлений и деклараций, особенно, если их деятельность облагается большим количеством налогов, поэтому существует необходимость совершенствования налогового законодательства в области упрощения порядка уплаты налогов юридическими лицами.

*Казакова Владислава Борисовна, студент 2 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет
Научный руководитель – Концевой П.А., преподаватель каф. правоведения*

Развитие правосознания в белорусском обществе на современном этапе

Актуальность. Функционирование в обществе правовых норм неразрывно связано с правосознанием. Эффективность реализации права во всех его формах зависит от характера взаимодействия и степени ответственности общественных потребностей, интересов, закрепленных в нормах права, и интересов, ожиданий личности, социальных групп, возникающих в реальных правовых ситуациях. Такое взаимодействие осуществляется на основе правосознания, при помощи которого внешние требования, установления, выраженные в нормах права, переводятся во внутренние мотивы и установки личности, а затем и в ее реальное поведение.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – изучить уровень правосознания в белорусском обществе на современном этапе развития Республики Беларусь; сформулировать методы, способствующие повышению уровня правосознания в нашем обществе и государстве.

Для достижения поставленных целей необходимо выяснить, что же такое правосознания.

Правосознание – это совокупность представлений и чувств, выражающих отношение людей к праву и правовым явлениям в общественной жизни. У людей всегда присутствует какое-то отношение к праву, следовательно, правосознание существует непрерывно.

Особенности: правосознание вступает во взаимодействие с другими формами общественного сознания, моралью, политическими взглядами, нравственным сознанием, причем все они тесно связаны, т.е. изменение одного, существенно отражает на другом; правосознание характеризуется преемственностью (через поколения, народ); правосознание охватывает отношение людей к действующему праву, его оценки как справедливого или несправедливого, пожелания совершенствования права, принятия правовых норм, отвечающих потребностям общества, а так же оценку действий людей и учреждений в сфере права

как правомерных, так и противоправных. То есть правосознание является элементом процесса, как формирования права, так и его реализации; правосознание определяется как совокупность следующих показателей: правовое образование – уровень знаний (информированности) в области права; ценности – социально одобряемые или разделяемые референтной группой представления о высших правовых принципах и нормах, соблюдение которых обязательно; установки – состояние готовности к свершению действия (деятельности) в правовом пространстве определенным способом.

Переходя непосредственно к цели нашего исследования, необходимо отметить, что в настоящее время в юридической и другой литературе, в периодической печати отмечается невысокий уровень правосознания и правовой культуры в нашем обществе.

Об этом свидетельствует рост преступности, других правонарушений. Весьма ощутимой для общества является проблема правового нигилизма. Суть ее состоит в недооценке значения и роли права и законности, а порой и в отрицании, игнорировании требований законов. Происходящие в обществе социально-экономические изменения последних лет еще больше усилили среди населения неверие в силу закона, чувство вседозволенности, безответственности, безнаказанности, с одной стороны, а с другой – породили у многих настроения безысходности и апатии. В массовое сознание внедряется антиправовая зависимость: выгоднее игнорировать требования законов – невыгодно жить и поступать по закону. Жизненная практика пока, к сожалению, не может убедить определенную часть населения в обратном.

Совершенствование общества, утверждение принципов правового государства немислимы без преодоления подобных негативных правовых стереотипов, сложившихся в сознании людей, нейтрализации антиправовых, антисоциальных проявлений и поступков, без коренных перемен в политико-правовом мышлении.

Для преодоления негативных тенденций в сфере права, политика нашего государства в сфере правового регулирования, юридическая практика должны строиться так, чтобы в обществе, в сознании людей утверждалось отношение к праву как к ценности, без которой невозможно добиться социального порядка, основанного на справедливости, утверждении прав и свобод личности. У населения необходимо сформировать отношение к праву не как к инструменту навязывания людям угодных и выгодных властям порядков, а как к средству гармонизации отношений в обществе, защиты прав человека, смягчения возможных конфликтов, как к механизму, исключающему возможность узурпации власти, устраняющему произвол и насилие.

Говоря о проявлениях недооценки роли права, нельзя не обратить внимания и на другую крайность, которая заметна в обществе, а именно переоценку его силы. Она проявляется в том, что некоторая часть людей связывает решение определенных проблем только с принятием соответствующих законов. Им представляется, что достаточно принять

закон и проблема автоматически будет разрешена. Это глубокое заблуждение свидетельствует о неразвитости правосознания и жизненной практика его много раз опровергала.

Итак, повышение уровня правосознания предполагает, с одной стороны, преодоление правового нигилизма, а с другой – преодоление правового идеализма. И то и другое вызывает необходимость осуществления большой работы по повышению юридической грамотности всех слоев населения, а также по надлежащему кадровому обеспечению государственных учреждений, осуществляющих юридическую деятельность.

Является очевидным необходимость проведения работы по осуществлению правового воспитания, под которым понимается систематическая и целенаправленная деятельность государства, негосударственных объединений, направленная на формирование у граждан правовых знаний, навыков правомерного поведения, уважительного отношения к праву, на развитие и поддержание у них позитивной активности в сфере права.

Правовое воспитание может проводиться в различных формах. Это, прежде всего юридическое образование, просвещение, правовая пропаганда, правовая практика. Следовательно, оно осуществляется путем преподавания основ права в общеобразовательных, средних специальных и высших учебных заведениях, проведения занятий в системе повышения квалификации, правовой пропаганды и просвещения через печать и телевидение, посредством организации лекций и бесед на правовые темы для населения и др.

Полученные результаты. Таким образом, одним из факторов эффективной реализации права выступает правосознание. Вместе с тем в нашем обществе отмечается невысокий уровень правосознания, что связано с существованием правового нигилизма и правового идеализма. Однако совершенствование общества, утверждение принципов правового государства немислимы без преодоления подобных правовых стереотипов, сложившихся в сознании людей. Поэтому является очевидной необходимость проведения работы по осуществлению правового воспитания всех слоев населения. Это весьма важно, поскольку правосознание относится к числу мощных факторов, воздействующих на функционирование общества как единого организма.

Кожан Поллина Станиславовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

Правовое регулирование туристической деятельности в Республике Беларусь

Актуальность. Туризм – одно из наиболее динамичных явлений современного мира. В последнее время он приобрел колоссальные

темпы роста и масштабы влияния на уровень развития мирового сообщества в целом, а во многих странах является базовой отраслью экономики.

Развитие внешнего туризма в Республике Беларусь в настоящее время не очень высокое, однако, наблюдаются тенденции и предпосылки к его росту. Все больше и больше туристических компаний появляется в стране, которые предлагают широкий выбор услуг своим клиентам. Можно предположить, что через несколько лет туризм станет высокоразвитой отраслью в нашей стране, ведь условия для внутреннего туризма достаточно благоприятные.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является анализ правового обеспечения туристической деятельности, определение основных понятий, субъектов и участников договорных отношений в сфере туризма, раскрытие особенностей оказания туристических услуг в Республике Беларусь.

Полученные результаты. Таким образом, отличительная черта туризма в белорусской правовой сфере состоит в том, что его регулирование осуществляется нормами, как общего, так и специального законодательства. К первой группе можно отнести акты, относящиеся к неопределенному кругу юридических и физических лиц, но во многом определяющие работу субъектов туристской индустрии, ко второй – акты, непосредственно регулирующие туристскую деятельность. Закон Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-3 «О туризме» непосредственно регулирует отношения в сфере туризма и туристской деятельности. К тому же 19 июля 2007 вступила в действие новая редакция закона «О туризме», которая устранила часть несоответствий между старой редакцией данного закона и другими нормативными актами в сфере туризма. Рассмотрим некоторые существенные для туристической деятельности положения.

Важным терминологическим отличием новой редакции является употребление определения «туристический» вместо «туристского», использовавшегося в старой редакции Закона. Ранее получалось, что Закон говорил о туристской деятельности, а Декрет «О лицензировании отдельных видов деятельности» – о туристической.

Источники законодательства в области регулирования туристической деятельности можно группировать по различным критериям: по юридической силе (иерархии), по кругу актов, по предмету ведения, по территории и т.д.

Кроме закона «О туризме» к источникам регулирующим туристическую деятельность следует отнести: Конституция Республики Беларусь от 15.03.1994г. №2875-ХІІ (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24.11.1996г., 17.10.2004г. (Решение от 17.11.2004г. №1)); Гражданский кодекс (гл. 39 "Возмездное оказание услуг") Республики Беларусь 07 декабря 1998 г. № 218-3 с изм. и доп. от 28 декабря 2009 г. № 96-3; об утверждении типовой формы договора оказания туристических услуг: Постановление Совета

Министров Республики Беларусь 5 октября 2010 г. № 1431; О лицензировании отдельных видов деятельности Положение (в ред. постановлений Совмина от 12.07.2007 N 899, от 29.12.2007 N 1913); Декрет Президента Республики Беларусь от 14 июля 2003г. N17 «О лицензировании отдельных видов деятельности».

В указах: "О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь", «О мерах по развитию агроэко-туризма в Республике Беларусь»; «Об освобождении от обложения налогом на добавленную стоимость оборотов по реализации на территории Республики Беларусь путевок на санитарно-курортное лечение и оздоровление населения», положения в целом направлены на развитие въездного и внутреннего туризма, в том числе агроэкотуризма; создание более благоприятных условий для функционирования субъектов туристической деятельности: (освобождение от НДС стоимости услуг по организации путешествий иностранных туристов по Беларуси, услуг гидов-переводчиков и экскурсоводов; льготы по таможенным пошлинам при ввозе автобусов; гарантии и льготы инвесторам, льготы и преференции владельцам усадеб и т.д.)

В Законе Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-3 «О защите прав потребителей» определены общие правовые, экономические и организационные основы защиты прав потребителей. Потребитель в сфере туризма имеет тот же объем прав, что и потребитель в других сферах деятельности, а именно: просвещение в области своих прав; безопасность товара (услуги); информацию об изготовителе товара (услуги); другие права.

Из всего вышеизложенного следует, что туристическая деятельность в Республике Беларусь многогранна. Она достаточно урегулирована в как в общих, так и специальных нормативных правовых актах. В настоящее время наше государство заинтересовано в развитии туристической деятельности, т.к. это влечет улучшению экономической сферы и привлечению иностранных инвестиций, поэтому оно регулирует туризм все новыми и обновленными нормативно-правовыми актами.

Кучерин Михаил Олегович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Можайский В.В., преподаватель каф. истории государства и права

Основные направления обеспечения конституционных прав и свобод граждан в Республике Беларусь

Актуальность. Права и свободы человека и гражданина в современных условиях находятся в центре внимания национальных государств и международных организаций. Существуют различные классификации прав и свобод граждан в зависимости от признака, который положен в основу. В настоящее время утвердился взгляд, что все права

имеют универсальный характер и должны пользоваться соответствующей защитой со стороны государства. Вместе с тем необходимо указать и на тот факт, что как в Республике Беларусь, так и в многих других странах мира с развитыми правовыми системами существуют определённые коллизии, пробелы возникающие в процессе правоприменительной деятельности.

Методика и содержание исследования. Современное государство, в законодательстве которого закрепляется факт (или цель) развития его как демократического, социального, правового, должно развиваться и функционировать, основываясь на определенных принципах и нормах.

Если обратиться к анализу Всеобщей декларации прав человека, истории создания двух важнейших международных пактов - о гражданских и политических правах, об экономических, социальных и культурных правах, к содержанию Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод, то можно увидеть, что существует различное отношение к вышеуказанным категориям прав и различные гарантии их обеспечения. Первостепенное внимание всегда уделялось основным правам и свободам (личным и политическим), большие возможности для свободы действий (естественно, до определенной степени) имеют национальные государства в отношении социально-экономических и социально-культурных прав и свобод. Для этого есть соответствующие причины и объяснения.

С позиции оценки конституционного текста есть основания утверждать, что государственная власть в Республике Беларусь подчинена интересам служения народу, а в частности - человеку. Безусловно, что в зависимости от взглядов можно высказывать критические замечания и пожелания относительно функционирования коллегиальных представительных органов власти, их статуса, взаимодействия с иными ветвями власти.

Аксиомой права является подход, согласно которому граждане должны всегда иметь возможность полагать, что их действия, которые в настоящем соответствуют законодательству, не будут признаны антизаконными в будущем.

Основу свободы труда, экономики составляют не только формы собственности, их многообразие, свобода конкуренции, создание равных условий для развития и их равная защита, но и правовая стабильность, обеспечивающая эффективное правовое регулирование экономических отношений. Следует согласиться с немецким исследователем Р. Штобером, который утверждает, что "дееспособность, рентабельность, производительность, инвестиции и адаптационные способности народного хозяйства в значительной степени зависят от измеримости и предсказуемости хозяйственно- и административно-правовых действий".

Очень важно, чтобы право защищало экономическое доверие, а юридическое решение относительно изменения ранее приобретенных социальных прав было справедливым. При этом проблема не сводится

только к неприданию акту, ухудшающему правовое положение, обратной силы.

Для правового государства характерна связанность органов государственной власти принятыми решениями (законами, указами, постановлениями и др.). Существует известный принцип: правовой акт, пока он не отменен, обязателен даже для того органа, который его принял. Иной подход приводит к субъективизму, нарушению определенного и известного всем сложившегося правового порядка.

Государство в соответствии со статьей 59 Основного Закона обязано принимать все доступные ему меры для создания внутреннего и международного порядка, необходимого для полного осуществления прав и свобод граждан Республики Беларусь, предусмотренных Конституцией. Государственные органы, должностные и иные лица, которым доверено исполнение государственных функций, обязаны в пределах своей компетенции принимать необходимые меры для осуществления и защиты прав и свобод личности. Эти органы и лица несут ответственность за действия, нарушающие права и свободы личности.

Важнейшими условиями обеспечения надлежащего правового порядка являются стабильность правового регулирования, его предсказуемость, своевременное прогнозирование последствий принятия актов законодательства. Вместе с тем политическая, экономическая, социальная жизнь общества находится в динамике, диалектическом развитии. Указанное объективно обуславливает необходимость своевременного и адекватного реагирования права на потребности общественного развития. В связи с этим возникает дилемма между стабильностью законодательства и его гибкостью, ведь право должно развиваться вместе с изменяющейся жизнью. В этом, кстати, и проявляется эффективность права.

В литературе высказываются различные взгляды относительно эффективности права, указывается, что оно проявляется в: 1) результативности правового воздействия; 2) достижении поставленных целей; 3) полезности и экономичности правового воздействия.

На наш взгляд, первые два критерия обладают недостатками, так как результативность правового воздействия хотя и может быть достигнута, но при этом не учитываются такие важнейшие принципы, как свобода, равенство, справедливость.

Полагаем, что единственным критерием эффективности права может быть полезность и экономичность правового воздействия. Право - это один из социальных регуляторов, используемых во имя общей пользы. Исходя из задачи государства служить общему благу, правовое регулирование должно быть экономичным. Необходимо отметить, что именно в максимальной положительной полезности функционирования правовых норм с наименьшими социальными издержками проявляется эффективность права. Другие авторы усматривают критерий эффективности права в наличии или отсутствии правового порядка в обществе, способности правовой системы удовлетворять потребности

общества в социально-справедливом порядке. Может ли правовая система быть эффективной в переходный период? Некоторые ученые положительно отвечают на данный вопрос, обращая внимание при этом, что правовая система в переходный период также способна создавать условия для укрепления социальной справедливости, обеспечения гражданского мира, преобладания демократических правил и процедур.

Полученные результаты. С учетом изложенного в современных государствах актуализируется необходимость достижения того, чтобы правовое регулирование было стабильным, предсказуемым и в то же время достаточно гибким. Эффективность правового регулирования в условиях постоянно меняющейся действительности предполагает, что даже самое совершенное законодательство со временем претерпевает изменения. Необходимо сказать, что в Республики Беларусь как на конституционном уровне, так и на уровне рядовых законодательных актов заложены все необходимые предпосылки для построения демократического социального, и правового государства.

Лациновская Екатерина Олеговна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Чепик В.Н., преподаватель каф. истории государства и права

Государственно-правовое регулирование малого предпринимательства в Республике Беларусь

Актуальность. В современных условиях предпринимательская деятельность охватывает большое количество сфер жизнедеятельности человека. В таких условиях предпринимателям следует учиться конкурировать с другими хозяйственными субъектами и развиваться. В целях оказания поддержки малому предпринимательству государство занимается разработкой нормативных правовых актов, которые бы способствовали развитию данного вида деятельности.

Методика и содержание исследования. Цель – изучить и проанализировать правовое регулирование малого предпринимательства в Республике Беларусь, а также оценить реализацию нормативных правовых актов в данной сфере. При изучении государственно-правового регулирования малого предпринимательства в Республике Беларусь использовались методы анализа и аналогии. Для заключения результатов полученного исследования использовался метод дедукции.

Правовое регулирование малого предпринимательства представляет собой целенаправленную деятельность соответствующих законодательных, исполнительных и контролирующих органов, которые посредством различных форм и методов обеспечивают достижение поставленных целей, решение различных экономических и социальных задач и регламентируют предпринимательскую деятельность в стране. Создание благоприятных условий для предпринимательской деятель-

ности является одним из основных факторов развития экономики в Республике Беларусь, что способствует увеличению количества числа рабочих мест и повышению инвестиционной активности в стране, выражающейся в привлечении прямых иностранных инвестиций. По законодательству Республики Беларусь осуществлять предпринимательскую деятельность могут физические лица, обладающие полной гражданской дееспособностью либо частичной дееспособностью, если на момент регистрации они уже самостоятельно несут имущественную ответственность. Кроме этого для осуществления предпринимательской деятельности необходимыми условиями являются государственная регистрация и получение лицензии для осуществления отдельных видов деятельности. Государственное регулирование малого предпринимательства представляет собой публичную деятельность, которая по своему определению сходна с правовым регулированием и обеспечивается посредством издания нормативных правовых актов, регулирующих данную сферу деятельности. На сегодняшнее время в Республике Беларусь действует достаточно развитая правовая база, которая включает в себя такие основные нормативные правовые акты, как Закон Республики Беларусь «О поддержке малого и среднего предпринимательства» от 01.07.2010 года, Директива Президента Республики Беларусь №4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь» от 31.12.2010 года, Указ Президента Республики Беларусь №241 «О некоторых мерах государственной поддержки малого предпринимательства» и Постановление Совета Министров Республики Беларусь №1721 «О государственной программе поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь на 2010-2012 годы» от 28.12.2009 года. Данные правовые акты непосредственно регулируют сферу малого предпринимательства, обеспечивают законность данного вида хозяйственной деятельности и оказывают информационную помощь субъектам малого предпринимательства. Помимо вышеперечисленных источников предпринимательская деятельность регулируется нормами хозяйственного и гражданского законодательства. Рассматривая программу государственной поддержки малого предпринимательства в Республике Беларусь, принимаемые с 2007 по 2012 годы, необходимо подчеркнуть, что цель программ остаётся неизменной: дальнейшее развитие малого предпринимательства, содействие в увеличении его доли в общем объёме выручки, полученной от реализации товаров (работ, услуг), количества субъектов малого предпринимательства, а также в создании новых рабочих мест. Неизменность цели свидетельствует о том, что из года в год роль малого предпринимательства повышается, а также повышается потребность в появлении новых субъектов малого бизнеса. Сравнивая задачи программ государственной поддержки малого предпринимательства в Республике Беларусь, также прослеживается тенденция повторности нерешённых задач, что позволяет говорить о том, что Республика Беларусь ещё не достигла постав-

ленных задач и полностью не ликвидировала недостатки в сфере государственного регулирования малого предпринимательства. Согласно белорусскому законодательству, специальной регистрации индивидуальных предпринимателей и юридических лиц в качестве субъектов малого предпринимательства или подтверждения указанного статуса со стороны государственных органов не требуется.

Полученные результаты. Основываясь на выше изложенном, можно говорить о высоком престиже сферы малого предпринимательства для Республики Беларусь, о достаточно большой и развитой правовой базе в данной сфере, о заинтересованности государственных органов в перспективе развития малого предпринимательства, а также об экономической состоятельности субъектов малого бизнеса. Несмотря на положительные тенденции развития правовой базы в данной сферы, не стоит забывать и о недостатках регулирования данной сферы. К таким недостаткам следует отнести: несвоевременная и неполная адресная методическая, информационная, консультационная, учебно-образовательная и юридическая поддержка, предоставляемая инфраструктурой поддержки малого предпринимательства.

*Малейчик Екатерина Александровна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Трухнов И.М., ст. преподаватель каф. истории государства и права*

Профилактика и предупреждение налоговых преступлений

Актуальность. Налоговые преступления непосредственно посягают на экономическую безопасность государства, являются «экономическим базисом» общеуголовной и насильственной преступности, поскольку большая часть сокрытых доходов оседает в криминальном секторе экономики. Это повышает общественную опасность как правонарушений в области налогового законодательства, так и налоговых преступлений в особенности. Общественно опасные деяния, которые совершаются в области налогообложения физических лиц и организаций, и которые запрещены уголовным законом под угрозой наказания, являются налоговыми преступлениями.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – определить причины и условия совершения налоговых преступлений, а также на основе полученных данных предложить меры профилактики и предупреждения налоговых преступлений. В процессе исследования были использованы методы: синтеза, логический, формально-юридический и метод сравнительного анализа.

Полученные результаты. Проведенные исследования показали, что причины налоговых преступлений заключаются, прежде всего, в самой сущности налоговых правоотношений, которые предусматривают публично-правовую обязанность отдать часть заработанного в пользу государства. Это также обусловлено наличием у определенной

части общества своеобразной идеологии, основанной на стремлении к быстрому, в том числе и не совсем законным материальным приобретениям. К другим причинам налоговых преступлений можно отнести и недостаточный уровень налогово-правовой культуры у определенной части граждан, а также, в отдельных случаях, неосведомленность населения относительно своих обязанностей и неготовность добросовестно их исполнять. Сюда можно также отнести отсутствие действия принципа неотвратимости наказания за совершение налоговых преступлений в отдельных случаях. В связи с этим первостепенное значение приобретает задача создания в государстве условий, при которых совершение налоговых преступлений стало бы невыгодным как с материальной, так и с моральной, и правовой точки зрения. Кроме того, необходимо также решать задачу постоянного снижения порога терпимости к преступным проявлениям в сфере налогообложения, поскольку недопустимо превращение преступника в общественном сознании в удачливого и достойного человека.

Причины налоговых преступлений также во многом зависят и от того, какие экономические и законодательные условия сложились как для уклонения от уплаты налогов, так и для пресечения данных деяний. Здесь следует также упомянуть и о необходимости усиления эффективности налогового контроля, совершенствования его форм и методов.

Основными направлениями профилактики и предупреждения налоговых правонарушений и преступлений являются разработка специальных мер воспитательного характера налогоплательщиков. Информирование налогоплательщиков о том, куда, в каком количестве и на какие цели идут уплаченные налоги, а также поощрение добросовестных налогоплательщиков заметно повысят их налоговую культуру. Устранение пробелов в законодательстве, провоцирующих совершение налоговых правонарушений и преступлений, а также увеличение риска привлечения к ответственности за их совершение окажут заметное положительное влияние на сокращение уровня налоговых правонарушений и преступлений. Немаловажное значение имеет также информирование граждан о развитии правоприменительной практики по делам о налоговых правонарушениях и преступлениях.

Кроме того, должна проводиться постоянная работа над созданием и укреплением положительного имиджа сотрудников как налоговых, так и правоохранительных органов, улучшением материального обеспечения этих сотрудников, подготовкой и воспитанием высококвалифицированных кадров.

В целях профилактики и предупреждения налоговых правонарушений и преступлений необходима разработка положений уголовно-правовой политики по борьбе с налоговыми правонарушениями и преступлениями, в том числе комплекса мероприятий по профилактике налоговых преступлений, повышению авторитета налоговых и правоохранительных органов, а также применяемых государством мер по

активизации сбора налогов, устранению причин и условий совершения преступного уклонения от уплаты налогов.

Уголовная политика в сфере налогообложения реализуется в трех основных формах: профилактика налоговых правонарушений и преступлений, корректировка законодательства, правоприменение.

Логвинова Мария Олеговна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Орлович Н.В., ст. преподаватель каф. истории государства и права

Психологический профиль преступника

Актуальность. Разработка метода построения психологического профиля предполагаемого преступника определяется недостаточной эффективностью использования традиционных схем розыска преступников, совершающих серийные убийства и изнасилования.

Личность преступника нередко так закодирована в признаках события (следах) и обстоятельствах криминальной ситуации, что их дешифровка и установление пригодных для поиска признаков требует применения специальных методов познания как «ключей». Их определение - актуальная задача новейших направлений юридической психологии, среди которых перспективным на наш взгляд является разработка методики составления психологического портрета преступника.

С помощью методики разработки психологического портрета может решаться и круг более частных задач, в число которых входит: определение мотива преступления; виктимологический анализ деликта; конкретизация поисковых признаков; решение вопроса об объединении в единое производство уголовных дел (выявление серии) по наличию общих признаков в различных элементах преступлений; установление приоритетности версий и наиболее перспективных направлений розыска; выявление вероятности совершения в будущем аналогичных преступлений.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – разработка специальных методик поиска преступников, совершающих серийные убийства по сексуальным мотивам и изнасилования. Одним из таких методов является разработка психологического профиля. Профиль розыскиваемого преступника представляет собой систему сведений о психологических и иных признаках данного лица, существенных с точки зрения его выявления и идентификации. Ограничение круга подозреваемых – это первая задача, решить которую помогает психологический профиль. Вторая задача – подсказать, как поймать преступника, используя знание его психологических особенностей, т. е. подсказать следователям приемы, посредством которых можно расставить ловушки для преступника.

Психологический профиль составляется для раскрытия преступлений лишь в тех случаях, когда место происшествия и состояние жертв

вы позволяют предположить наличие у преступника психопатологии. При этом выделяют некоторые преступления, при которых не является целесообразным составление психологического профиля, – это преступления, связанные с приемом наркотиков, поскольку трудно отграничить устойчивые личностные черты от состояний нарушенного сознания в момент совершения преступлений, обусловленных наркотическим отравлением.

Наиболее пригодны для использования этого метода убийства на сексуальной почве с признаками садистского истязания жертвы; смертные колотые и резаные ранения; безмотивные поджоги и взрывы; причинение увечий жертве; изнасилования; ритуальные убийства.

Чаще всего в психологическом профиле описываются и оцениваются следующие характеристики преступника: пол и возраст, семейный статус, образование, род занятий (общие сведения о работе), возможная реакция на расследование и допрос, уровень сексуальной зрелости, возможность рецидива, вероятность того, что преступник в прошлом совершал аналогичные преступления. Для составления психологического профиля используют следующие материалы: 1) фотографии места преступления, фотографии имеющихся на теле жертвы ран, фотографии жертвы; 2) материалы вскрытия трупа и исследования результатов вскрытия. Анализ вскрытия ориентирован на получение ответов на следующие вопросы: каким орудием, где, в какой последовательности и с какой силой были нанесены повреждения, явившиеся причиной смерти; 3) план перемещения жертвы до смерти: место работы, место жительства, где последний раз видели жертву; 4) информация о личности жертвы (возраст, пол, во что человек был одет во время инцидента, семейный статус, социальная адаптированность, интеллект, род занятий, репутация в доме и на работе, личностные привычки, социальные привычки, увлечения, пристрастия, друзья и враги); 5) информация о полной картине преступления и рекомендации механизма содеянного (сведения о месте, времени и дате события, показания свидетелей, род оружия, которым было совершено преступление).

Полученные результаты. Исходя из приведенных данных можно ответить на следующие вопросы: что произошло на месте преступления и почему это произошло? Основная предпосылка, на которой базируется метод психологического профиля, состоит в том, что ответы на первые два вопроса подводят к ответу на третий: кто мог совершить такое преступление?

Таким образом, метод построения психологического профиля преступника предполагает использование определенных характеристик преступника, а также соответствующих материалов, указывающих на непосредственного исполнителя преступления.

Стоит отметить, что понятие «психологический портрет преступника» охватывает как метод, так и результат познания криминального события, ориентированный на выявление комплекса сведений об ин-

дивидуальных признаках и особенностях личности преступника, про-
жившихся в совокупности обстоятельств и следах преступления.

*Прохоревич Юлия Владимировна, студент 2 курса, факультет экономики и права,
Могилевский государственный университет
Научный руководитель – Концевой П.А., преподаватель каф. правоведения*

Становление института президентской власти в Российской Федерации

Актуальность. Вопросы, касающиеся сущности публичной власти, ее форм и уровней, всегда вызывают интерес исследователей. Один из таких вопросов затрагивает проблему становления института президентской власти в Российской Федерации. Данный институт регламентирован как Конституцией РФ, так и принятыми в развитие конституционных норм федеральными конституционными и федеральными законами, иными источниками, а также актами конституционного правосудия.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – заключается в проведении анализа института президентства в Российской Федерации как института публичной власти, его функционирования и конституционно-правового регулирования.

Президент – принципиально новый для России государственный институт (введен в 1991 г.), который внес значительные изменения в существовавшую в момент его учреждения прежнюю советскую форму организации власти. За президентом были закреплены prerogatives главы государства, в том числе право вести переговоры и подписывать от имени РСФСР международные договоры. В организационно-административном аспекте президент не был подчинен ни Съезду народных депутатов, ни Верховному Совету. Контрольные полномочия парламента распространялись в значительной мере на правительство, что, естественно, требовало хотя бы формального дистанцирования президента от этого органа.

В Конституцию 1993 года включено большинство полномочий президента, содержащихся в прежней Конституции и Законе «О Президенте РСФСР»: право законодательной инициативы; право подписания и обнародования законов; право отлагательного вето на принятые палатами парламента законы; право назначения председателя правительства с согласия Государственной Думы; право назначения и освобождения министров, дипломатических представителей; право объявления чрезвычайного положения, решения вопросов гражданства, предоставления политического убежища, награждения государственными наградами, помилования.

С принятием Конституции РФ (1993 г.) президент стал реально независим от парламента, поскольку механизм отрешения его от должности в случае нарушения Конституции, законов, а также присяги

практически нельзя реализовать. Согласно Конституции РФ основанием отрешения президента от должности может быть только государственная измена или совершение им особо тяжкого преступления (статья 93). Как полагают юристы, отрешение от должности российского президента – дело гораздо более сложное, чем в США и других странах.

Однако конституционные положения, касающиеся статуса президента, представляются некоторым правоведам нечеткими и фрагментарными, а его полномочия – недостаточно регламентированными. Такая точка зрения далеко не бесспорна – ведь институт президентства закреплен в главе 1 Конституции РФ «Основы конституционного строя», ему посвящена глава 4 (14 статей). Имеется ряд принципиальных норм и в других главах, касающихся отношений президента с Государственной Думой, Советом Федерации и Правительством РФ. В целом из 137 статей Конституции РФ непосредственно президенту посвящены более 30 статей. При оценке этого института нельзя забывать и особую заботу Б. Н. Ельцина о повышении роли президента, наполнении новыми полномочиями этого института власти, как и о том, что проект этой Конституции был предложен им и разработан специалистами, полностью разделяющими идею сильной президентской власти.

Российские государственные деятели указывают на особое положение президента в системе федеральных институтов власти, исходя из того, что Конституция РФ возлагает на него задачу обеспечения единства государственной власти, осуществляемой законодательными, исполнительными и судебными органами. Многие полномочия президента либо имеют непосредственно исполнительный характер, либо приближены к исполнительной власти. Наряду с этим, по мнению некоторых исследователей, президент не относится к какой-либо одной ветви власти, а возвышается над нею, поскольку осуществляет координирующие функции и имеет право роспуска Государственной думы. Президент Российской Федерации является также гарантом конституции Российской Федерации, прав и свобод человека и гражданина и Верховным главнокомандующим Вооруженными силами Российской Федерации. В соответствии с конституцией РФ и федеральными законами президент определяет основные направления внутренней и внешней политики.

Статус Президента РФ, закрепленный в Конституции РФ, является объектом весьма частого его исследования в Конституционном Суде РФ на предмет уточнения границ президентских полномочий в связи с неопределенностью, возникающей в практике функционирования механизма «разделения властей». Так, 27 января 1999 года Конституционный Суд РФ принял постановление «О толковании статей 71 (пункт «г»), 76 (часть 1) и 112 (часть 1) Конституции РФ», в котором указал, что не только Федеральное Собрание (Парламент) РФ, но и Президент РФ может осуществлять правовое регулирование по вопросам, отнесенным статьей 71 Конституции РФ к ведению Федерации, за исключением случаев, когда Конституция требует для решения конкретного

вопроса принятия именно федерального закона или федерального конституционного закона. Президент РФ может издавать указы по вопросам, касающимся системы федеральных органов исполнительной власти, если они не урегулированы актом парламента, то есть законом. Но эти указы не должны противоречить Конституции РФ и федеральным законам. Кроме того, в соответствии с позицией Конституционного Суда РФ именно Президент и Правительство РФ компетентны, определять структуру (то есть перечень) федеральных органов исполнительной власти.

Полученные результаты. Появление института президентства в Российской Федерации положило начало реформированию всей вертикали исполнительной власти. Начиная с 1991 г. указанный институт находится в процессе постоянного развития, в настоящее время Президент РФ, являясь главой государства, организует взаимодействие всех ветвей власти, обеспечивая тем самым их согласованное функционирование. В связи с формированием института президентской власти в законодательство Российской Федерации о выборах был внесен ряд изменений в части определения сроков полномочий Президента РФ, усиления гарантий равного статуса кандидатов на указанную должность, расширения перечня документов, представляемых кандидатами, уточнения порядка их самовыдвижения, был установлен также день голосования на очередных выборах Президента Российской Федерации.

Рандюк Евгений Анатольевич, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

Правовые аспекты охраны земель сельскохозяйственного назначения

Актуальность. Земли сельскохозяйственного назначения составляют наиболее важную часть земельного фонда государства и подлежат особой охране. Для Республики Беларусь характерна большая распаханность территории, высокая интенсивность использования земель, сочетающаяся со сложными природными условиями и культурно-технической неустойчивостью земель.

Методика и содержание исследования. Целью данной работы является анализ нормативно-правовых актов и выявление способов охраны земель сельскохозяйственного назначения.

Правовая охрана земель – это совокупность правовых средств, направленных на обеспечение сохранения, восстановления земель и улучшения их состояния. Основные положения использования и охраны земель в Республике Беларусь регулируются актами земельного законодательства. Среди них Конституция, Кодекс Республики Беларусь о земле от 23 июля 2008 г. № 425-З, Закон “О крестьянском (фермер-

ском) хозяйстве” от 18 февраля 1991 г. № 611-ХП, Закон Республики Беларусь “Об охране окружающей среды” от 26 ноября 1992 г. № 1982-ХП, декреты и указы Президента Республики Беларусь, постановления Правительства, приказы и инструктивный материал Мин-природы, Госкомимущества и др.

Полученные результаты. При совершении исследования были сделаны следующие выводы. В содержание правовой охраны земель сельскохозяйственного назначения входит два комплекса мероприятий:

- охрана земель от истощения;
- охрана земель от загрязнения.

Бесхозяйственность является основной причиной истощения почвы: нарушение агротехнических правил обработки почвы, отсутствие научно обоснованной системы земледелия, необеспечение выполнения мероприятий по повышению плодородия почв, истощение водных ресурсов, усиливающих процессы водной и ветровой эрозии.

В Кодексе Республики Беларусь о земле в содержание понятия “охрана земель от истощения” включаются меры по сохранению, восстановлению и повышению плодородия почв, а также других свойств земли, предотвращению сокращения сельскохозяйственных земель как источников продовольственно-сырьевого фонда страны (ст.135 и ст. 136). В числе таких мер – борьба с ветровой и водной эрозией почв, защита земельных участков от подтопления, заболачивания, засоления, иссушения, уплотнения, мелиорация, рекультивация нарушенных земель и др.

Загрязнением земель называется изменение их физико-химического состава в результате поступления в почву вредных для человека, растительного и животного мира химических элементов, содержащихся в отходах и иных веществах. Источниками загрязнения служат отходы и выбросы промышленных, строительных и других предприятий, неочищенные сточные воды, нефть и нефтепродукты, всевозможные бытовые отходы. Ежегодный объем образования отходов составляет 31 млн. т, из которых лишь 20% утилизируются, а остальные удаляются на промышленные и бытовые полигоны бытовых отходов, которые расположены, как правило, вблизи земель сельскохозяйственного назначения.

Земельное законодательство устанавливает конкретное содержание мероприятий по охране земель сельскохозяйственного назначения. Законодательство обязывает землевладельцев и землепользователей, в том числе и арендаторов выполнять следующие меры по охране:

- рациональную организацию территории;
- восстановление и повышение плодородия почвы;
- защиту от зарастания сельскохозяйственных земель кустарником и мелколесьем, других процессов ухудшения состояния земель;
- консервацию деградированных сельскохозяйственных земель, если иными способами невозможно восстановить плодородие почв;

- рекультивацию нарушенных земель, повышение их плодородия и т.д.

Одной из серьезных проблем для Республики Беларусь является радиоактивное загрязнение. В зоне первоочередного отселения найдено 74 населенных пункта, а в целом в зоне влияния чернобыльской аварии оказалось 62 района, 739 сельскохозяйственных предприятий, а также 50 из 88 лесхозов. Сейчас предстоит государству выработать меры по введению данных земель, в категорию земель сельскохозяйственного назначения.

Главным направлением защиты земель от загрязнения остается выявление и устранение источников поступления загрязненных веществ в почву. В этом плане первоочередное значение приобретает организация мониторинга загрязнения почв тяжелыми металлами, радионуклидами и другими токсикантами, а также разработка общегосударственных мероприятий по охране земель.

*Трикиша Валерия Анатольевна, студент 1 курса, факультет экономики и права, Могилевский государственный университет
Научный руководитель – Концевой П.А., преподаватель каф. правоведения*

Влияние мирового финансового кризиса на перспективы развития Европейского Союза

Актуальность. В конце XX в. – начале XXI в. на международной арене отчетливо прослеживаются тенденции к углублению экономических и военно-политических интеграционных процессов. Примером этого выступают: Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА); Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС); Таможенный союз Беларуси, России и Казахстана. Однако особую роль в современных интеграционных процессах играет Европейский Союз (ЕС), который является своеобразной международной лабораторией по разработке, апробации и внедрению в практику новых форм, методов и средств интеграции. Вместе с тем под влиянием мирового финансового кризиса 2008 г. выявился ряд проблем, которые могут повлиять на дальнейшую эволюцию ЕС. У всех на слуху экономические трудности Греции, дискуссия о создании бюджетного союза, а также вопросы, связанные с реализацией Лиссабонского договора.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – заключается в определении перспектив дальнейшего развития Европейского Союза.

Европейская интеграция с самого начала развивалась по принципу наднациональности, т.е. передачи национальными государствами части своего суверенитета наднациональным институтам и органам. На современном этапе в рамках Европейского Союза прослеживается тенденция к созданию федеративного государственного образования. Краеугольным камнем в этом направлении является Лиссабонский до-

говор о внесении изменений в Договор о Европейском союзе и Договор об учреждении Европейского сообщества, или Договор о реформе ЕС. Этот Договор был подписан 13 декабря 2007 г. с целью улучшения функционирования Европейского союза в составе 27 стран-членов и укрепления его роли и позиций на мировой арене в условиях резких глобальных изменений. В 2009 г. был завершён процесс его ратификации и 1 декабря того же года документ был введён в действие.

Прежде всего, Лиссабонский Договор нацелен на устранение противоречий и неразберихи в структуре ЕС, который официально никто не учреждал. В 1992 г. в Маастрихте просто было принято решение считать ЕОУС, ЕЭС и Евратом Европейским союзом и распространить сферу его деятельности еще на общую внешнюю политику и политику безопасности, на внутренние дела и правосудие. А сам же он не обладал ни международной, ни внутренней правосубъектностью. Теперь же ЕС стал юридическим лицом, имеет право подписывать международные договоры во всех сферах своей компетенции. В связи с этим по Лиссабонскому договору произошли конкретизация и разделение полномочий между ЕС и его членами, а также классификация сфер их совместной деятельности.

Договор о реформе вносит изменения в порядок работы институтов ЕС. Укреплено положение в качестве официального органа ЕС Европейского совета. Он собирается до 4 раз в год на уровне глав государств или правительств-членов этой организации, принимает политические решения о приоритетных направлениях ее развития. По Лиссабонскому договору сам Европейский совет избирает себе постоянного председателя квалифицированным большинством на срок в два с половиной года и с правом его переизбрания еще на такое же время.

Реформа затронула и Совет ЕС. Он является законодательным и распорядительным органом, вместе с Европейским парламентом принимает нормативные акты, директивы, регламенты и т.д. Изменения в нем связаны с внедрением новой системы принятия решений на основе принципа квалифицированного большинства. Раньше здесь преобладал принцип единогласия.

Лиссабонский договор усиливает позиции Европейского парламента. Его вес как законодательного органа приравнен к весу Совета ЕС. С ноября 2014 г. вводится новая система распределения мест в парламенте. Число депутатов в нем уменьшится с нынешних 785 до 751. Минимум представительства в парламенте от одного государства увеличится с 5 до 6, а максимум снизится с 99 до 96 депутатов.

Также внесены изменения в деятельность Европейской комиссии. Это наднациональный исполнительный орган с правами законодательной инициативы. Ныне в нем каждое государство-член ЕС имеет по одному представителю. Такое положение будет сохраняться до 2014 г., а потом в нем будет 18 представителей от 27 стран. Возглавляет Европейскую комиссию председатель, которого избирает Европейский парламент на 5 лет.

По Лиссабонскому договору усилена роль Европейского суда, а особенно в части толкования нормативных актов. В целом же Лиссабонский договор значительно усовершенствовал правовую базу и инструментарий ее функционирования в рамках ЕС, создав тем самым благоприятные юридические условия для углубления европейской интеграции.

С началом финансового кризиса усложнился процесс реализации Лиссабонского договора. Тяжелая экономическая ситуация Греции, Португалии, Испании, Италии и других стран поставили под сомнение выполнение Лиссабонского договора. В этих условиях Германия и Франция предложили план спасения Евросоюза.

План спасения Евросоюза предполагает жесткие нормы бюджетной дисциплины и санкции за их неисполнение, а также наднациональный надзор за бюджетами стран. Нормы должны быть обязывающими, а санкции применяться автоматически, а именно:

Еврокомиссия получит право наказывать страны, бюджет которых превышает запланированный дефицит – не более 0,5% от номинального ВВП. Допускается, что страны с государственным долгом менее 60% от ВВП могут незначительно превышать указанную отметку. Сейчас бюджетные показатели стран Евросоюза зафиксированы в Маастрихтских соглашениях: дефицит бюджета не должен превышать 3% ВВП, госдолг не должен превышать 60% ВВП. План предусматривает также введение в зоне евро единых налогов на корпорации и финансовые операции. Однако итоги президентских выборов во Франции, на которых одержал победу социалист Франсуа Олланд, ставят под сомнение возможность реализации этого плана.

По поводу нынешней ситуации высказался бывший премьер-министр Греции Георгиос Папандреу. Он заявил, что Европейский союз сделал «слишком мало и слишком поздно» для победы над кризисом суверенного долга. За последние десятилетия правила бюджетной политики нарушались около 60 раз. Общий госдолг еврозоны составляет 89% ВВП, среди самых злостных нарушителей периферийные страны: на начало 2011 года госдолг Греции составлял 142% ВВП, Италии – 119% ВВП, Ирландии – 96,2% ВВП, Португалии 93% ВВП.

Полученные результаты. Результаты данного исследования позволяют заключить, что на современном этапе в рамках Европейского Союза прослеживается тенденция к созданию федеративного государственного образования. Политическое развитие ЕС получило новый мощный импульс, после подписания Лиссабонского договора, который укрепил наднациональные начала ЕС. Однако в последние годы отрицательное воздействие, на перспективы углубления европейской интеграции, оказывает мировой финансовый кризис. На наш взгляд европейская интеграция перейдет на качественно новый уровень только в том случае, если государства-члены ЕС смогут преодолеть кризис со-обща, сохранив основные наднациональные институты.

Труханович Елена Владимировна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права

Законодательство в сфере развития атомной энергетики в Республике Беларусь

Актуальность. Любой сознательный гражданин Республики Беларусь задумается о том, насколько безопасна будет АЭС для окружающей среды, для человека.

Все помнят трагические последствия Чернобыльской АЭС.

Так же, развитие атомной энергетики актуально для Республики Беларусь тем, что в стране нет собственных источников добычи нефти, а на мировом рынке цены на энергоресурсы возрастают.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – ответить на главный вопрос о безопасности АЭС, выделить все плюсы полученные от строительства АЭС для Республики Беларусь, исследовать законодательство в сфере развития атомной энергетики.

Впервые, о строительстве АЭС в Республике Беларусь заговорили в 1983 году. Однако Чернобыльская авария надолго приостановила развитие атомной энергетики на территории Республики Беларусь. И только в 2006 году специалисты и ученые на общем Собрании Национальной академии наук Беларуси высказались за строительство атомной электростанции.

Окончательное решение, о строительстве Белорусской АЭС было принято 31 января 2008г. Постановлением совета Безопасности Республики Беларусь №1 «О развитии атомной энергетики Республики Беларусь» было принято решение о строительстве в Республике Беларусь атомной электростанции суммарной электрической мощностью до 2400 МВт с вводом в эксплуатацию первого энергоблока в 2017 году, второго – в 2018 году. Для строительства первой белорусской АЭС выбран проект «АЭС-2006» ОАО «СПб «Атомэнергопроект».

10 июля 2008 года вышел Указ Президента Республики Беларусь «О создании Департамента по ядерной энергетике Министерства энергетики Республики Беларусь».

Департамент наделен исполнительными, контрольными, регулирующими функциями в области развития ядерной энергетики.

Принятие 30 июля 2008 года Закона Республики Беларусь «Об использовании атомной энергетики» наряду с Законом «О радиационной безопасности», принятым ранее, создало правовую базу для строительства АЭС.

Данный Закон регулирует все отношения в области использования атомной энергии. Законом определены полномочия главы государства, правительства и иных республиканских органов власти.

Беларусь и Россия создали правовую базу для подписания контрактного соглашения по реализации в Беларуси проекта строительства АЭС.

Подписанное 15 марта 2011 года в Минске межправительственное соглашение о сотрудничестве в строительстве на территории Беларуси АЭС - концептуальный документ, который дает правовую базу для подписания контрактного соглашения для реализации этого проекта. Более детально дальнейшая работа Беларуси и России в данном проекте будет изложена в планируемых к подписанию контрактном соглашении и генеральном контракте.

Так же, соглашением определено, что российская сторона предоставит Беларуси государственный кредит в сумме и на условиях, которые будут оговорены отдельным межправительственным соглашением.

Соглашением определены обязанности и ответственности сторон. Одна из статей соглашения посвящена поставкам ядерного топлива. Отработанное топливо в АЭС будет возвращено в Россию на условиях, определенных сторонами в отдельном соглашении.

15 сентября 2011 года Указом Президента Республики Беларусь № 418 для размещения станции определена Островецкая площадка в Гродненской области.

Критерии при выборе площадки для строительства АЭС в Беларуси были самыми жесткими. Площадку подбирали из расчета, что она выдержит землетрясения минимум в 8 баллов. Кроме этого, гидрогеологическое и геологическое строение площадки таково, что оно не повлияет на конструкцию АЭС. Площадка в качестве приоритетной для проекта одобрена представителями МАГАТЭ. Эксплуатация АЭС рассчитана на 100 лет.

Собственная АЭС позволит Беларуси решить ряд стратегически важных задач:

1. Обеспечить дополнительные гарантии укрепления государственной независимости и экономической самостоятельности Беларуси;
2. Снизить уровень использования природного газа в качестве энергоресурса;
3. Атомная энергетика открывает новые возможности для развития национальной экономики;
4. Строительство АЭС будет способствовать экономическому и социальному развитию региона размещения АЭС;
5. Опыт, приобретенный при строительстве АЭС, в перспективе позволит использовать промышленный и кадровый потенциал страны при возведении объектов ядерной энергетики как в республике, так и за рубежом;

Полученные результаты. Таким образом, в Республике Беларусь идет активная разработка национальной законодательной базы. Все НПА определяют требования к выбору площадки для строительства АЭС, основные положения обеспечения безопасности на АЭС и ряд

других вопросов. Ведутся работы по созданию национально нормативной базы в этом направлении.

Решение о строительстве атомной электростанции исходит не из политических стремлений. Собственная АЭС позволит обеспечить энергетическую безопасность страны в условиях истощения мировых запасов нефти и газа, перебоев с поставками и возрастающими ценами на энергоресурсы.

КАФЕДРА МАРКЕТИНГА

СЕКЦИИ

№6 «Совершенствование товарной, ценовой и сбытовой политики операторов рынка потребительских товаров»

№7 «Использование технологий маркетинговых исследований, продвижения и брендинга в рыночной деятельности предприятий»

№8 «Организация маркетинговой деятельности и стратегическое управление маркетингом на предприятии»

Алексеев Александр Владимирович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Напеева Н.С., магистр экон. и упр., ассистент каф. маркетинга

Каналы распределения в системе товародвижения

Актуальность. Результаты хозяйственной деятельности организации во многом зависят от того, насколько правильно выбраны каналы распределения товаров, формы и методы их сбыта, от широты ассортимента и качества предоставляемых предприятием услуг, связанных с реализацией продукции. Именно поэтому задачи распределения изготавливаемой продукции производитель должен расширить рациональным способом.

В настоящее время все больше предприятий осознают необходимость совершенствования системы товародвижения, обращают внимание на функции закупок, поставок, транспортировки, так как за счет оптимизации системы товародвижения можно улучшить обслуживание или снизить цены, привлекая тем самым дополнительных клиентов.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – изучение теоретических основ товародвижения, основных его каналов и рассмотрение направлений по совершенствованию системы товародвижения. Для исследования были использованы методы анализа и синтеза, сравнительный, абстрактно-логический.

Полученные результаты. Под товародвижением понимается деятельность по реализации товаров и перемещению их от производства к потребителю. Целью управления товародвижением являются обеспечение их доставки в нужное место в установленные сроки с наимень-

шими затратами, определение схемы взаимоотношения субъектов внутри канала, характера связи между поставщиками и потребителями.

Комплекс товародвижения как объект управления включает в себя внутренние и внешние элементы. Внутренними являются: планирование этого процесса, заключение сделок, обработка и оформление заказов, проверка изделий, комплектование партий, упаковка, отгрузка, контроль прохождения грузов и др. К внешним относятся транспортировка, хранение на промежуточных складах, организация сбыта.

Товародвижение осуществляется через каналы – совокупность организаций и физических лиц, передающих продукты и права собственности на них от производителя к потребителю. С помощью каналов товародвижения осуществляются также исследования рынка, информирование контрагентов и потребителей, взаимодействие с ними.

Каналы товародвижения могут быть простыми (связывают производителя и потребителя напрямую) и сложными (включают посредников).

Простые каналы используются, как правило, крупными поставщиками уникальной продукции производственного назначения, которым необходима длительная постоянная связь с потребителями. Поскольку посредники здесь отсутствуют, такие каналы имеют нулевой уровень. Чаще на практике используются многоуровневые каналы, включающие то или иное количество посредников – организаций оптовой и розничной торговли, с которыми система сбыта может работать более эффективно.

Оптовая торговля обеспечивает производителям сбыт товаров при минимальных издержках и контактах с потребителями, маркетинговую, техническую поддержку, стимулирование сбыта; облегчает формирование товарного ассортимента, получение информации о рынке, консультационных услуг. Она также берет на себя хранение, риски хищения, повреждения, старения, проводит сортировку товаров, закупку, продажу и межрегиональное перемещение их крупных партий. В результате снижаются общие издержки.

Розничная торговля – это завершение каналов сбыта. Здесь товары и услуги продаются конечному потребителю. Непосредственный контакт с ним часто случаен, поэтому требуется использовать дорогостоящие методы привлечения его внимания.

Каналы товародвижения характеризуются: длиной (числом участников в цепочке); шириной (количеством независимых субъектов в каждом ее звене); структурой (соотношением объема прямых продаж и продаж через посредников).

Каналы товародвижения могут образовывать вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы. В вертикальных системах все участники зависят друг от друга.

Горизонтальные системы объединяют независимых посредников. Это могут быть:

- коммерческие торговые организации, приобретающие вместе с продукцией право собственности на нее;
- брокеры, сводящие покупателей и продавцов, и агенты, представляющие интересы тех и других на долгосрочной основе.

Независимые посредники располагают своим сектором рынка, тесными связями с клиентами, их доверием, могут комплектовать товар с другими товарами, пользующимися спросом, участвовать в разработке маркетинговых планов производителей, брать на себя часть их расходов по перевозке, рекламе.

В то же время они лишают производителя контроля над созданной продукцией и частью прибыли. Чем больше посредников использует предприятие, тем меньше она владеет рыночной ситуацией. Поэтому вопрос о передаче посредникам тех или иных функций определяется экономической целесообразностью.

От правильного выбора канала реализации во многом зависят успех на рынке, расходы, прибыль, поэтому необходимо тщательно учитывать особенности всех его элементов:

- производителей (их ресурсы, опыт, специализацию, отношение к системе сбыта);
- потребителей (число, концентрацию, потребности, размеры покупок);
- конкурентов (число, концентрацию, используемые методы борьбы);
- товара (сложность, стоимость, хранимость, величину партии, частоту отгрузок);
- каналов товародвижения (число, звенность, доступность, традиционность, степень организованности).

Необходимо учитывать, что значительная доля успеха обеспечивается сотрудничеством производителей и посредников в каналах товародвижения, которое во многом зависит от выгодных условий продаж, системы скидок, комиссионных, компенсаций и много другого.

*Алябьев Александр Витальевич, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Любецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Исследование теоретических основ мерчендайзинга

Актуальность. В маркетинге 21 века стало очень трудно чем-то заинтриговать современного «продвинутого», имеющего огромный альтернативный выбор покупателя, поэтому важность мерчендайзинга нельзя недооценивать, так как он является заключительным этапом и последним шансом обратить взор покупателя именно на нужный для нас товар. Увеличение импульсных покупок, правильная выкладка товаров и планировка торговой точки, или всего магазина, налаживание благоприятного контакта с покупателем – это далеко не весь спектр

задач, которые ставит перед собой мерчендайзинг, но предприниматели понимают, какую прибыль он может принести и поэтому охотно вкладывают свои средства на осуществление его задач.

Методика и содержание исследования. Цель нашего исследования - рассмотрение теоретических основ мерчендайзинга. Для её достижения мы поставили перед собой ряд задач:

1. Разобраться в понятии истории и современном развитии мерчендайзинга;

2. Исследовать концепцию мерчендайзинга, т.е. его сущность, цели, задачи и принципы;

3. Исследовать особенности мерчендайзинга в розничной торговле (планировку, выкладку товаров, атмосферу магазина).

В данной работе мы проанализировали и опирались на суждения и опыт авторов как русскоязычных (Снегирёва), так и зарубежных (Уэллс). Расшифровок термина мерчендайзинг великое множество, и все они имеют право на существование, так как по своему верны, но, по нашему мнению, наиболее общим и правильным, будет понятие данное в учебном пособии Иванченко Б.В., согласно которому, мерчендайзинг- это комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки, результатом которого всегда является стимулирование желания потребителей выбрать и купить продвигаемый товар.

Задачи мерчендайзинга делятся на четыре группы, согласно количеству элементов комплекса маркетинга:

1. В отношении элемента «Товар» – совершенствование дизайна упаковки товаров; принятие решения о товарном ассортименте, методах выкладки товаров в магазине; обеспечение гарантий качества предлагаемых товаров;

2. В отношении элемента «Цена» – принятие решений о ценовой политике и стратегии; улучшение производителем логистического сервиса для магазинов;

3. В отношении элемента «Сбыт» – создание неповторимой атмосферы магазина; совершенствование планировки магазина, использование знаков и указателей для обеспечения удобства покупателей;

4. В отношении элемента «Продвижение» – совершенствование видов и способов применения рекламы и информации в местах продаж.

Анализ литературных источников показал, что к основным целям мерчендайзинга нужно отнести:

1. Увеличение объемов продаж;

2. Формирование приверженности к магазину и отдельным маркам товаров со стороны существующих клиентов, привлечение новых покупателей;

3. Обеспечение потребителей необходимой информацией;

4. Увеличение времени пребывания и числа покупок клиента в магазине, повышение уровня принятия им решения непосредственно в местах продажи товаров.

На сегодняшний день, работники торговли понимают важность такого мерчендайзингового мероприятия, как планировка магазина и используют разные приемы, чтобы заставить покупателя походить по магазину и обратить его внимание на представленные товары.

Различаются следующие виды планировки торгового зала:

1. Линейная планировка (решетка);
2. «Трек» - петля (боксовая планировка);
3. Выставочная планировка;
4. Смешанная планировка;
5. Произвольная планировка.

Выкладка товаров и атмосфера магазина являются особыми инструментами достижения целей мерчендайзинга в розничной торговле. Практика показала, что отдельные точки пространства торгового зала, а также настроение, которое придаёт покупателю атмосфера магазина (дизайн, цвета, музыка), неодинаково стимулируют продажи.

Полученные результаты. Таким образом, успешный мерчендайзинг не только помогает продать товар, но и напоминает потребителю о необходимости сделать покупки в будущем, повышает качество обслуживания, а также делает товар легко доступным для потребителя и продавца.

Для всех, без исключения, предпринимателей важнейшей целью является максимизировать свою прибыль в как можно большем объёме, поэтому важен грамотный мерчендайзинг, который всегда гарантирует прибыль продавцу и позволит сохранить, или увеличить её в долгосрочном периоде.

Банифатьева Любовь Николаевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Напеева Н.С., магистр экон. и упр., ассистент каф. маркетинга

Товародвижение в маркетинге

Актуальность. На современном этапе развития национальной экономики в условиях уже относительно сложившихся экономических связей и конкурентной среды становится актуальным внедрение новых для экономики методик продвижения товара. Одной из сложных проблем маркетинга является то, что выпущенные товары должны стать реально доступными для потребителей, т.е. нужно наладить эффективный сбыт товаров.

Для многих производителей остро стоит проблема продвижения товаров, во многом, это связано с усилением конкуренции на товарных рынках, уровнем издержек обращения, объема реализации товара. В настоящее время нужно совершенствовать систему товародвижения, что даст предприятию больше возможности для эффективного использования системы сбыта.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – изучение системы товародвижения в маркетинге. Для исследования были использованы теоретические методы исследования, такие как изучение источников и обобщение материала.

Полученные результаты. Товародвижение представляет собой деятельность по планированию, претворению в жизнь и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их происхождения к местам использования с целью удовлетворения потребителя и с выгодой для себя.

Товародвижения включает транспортировку, обработку заказов, упаковку и обработку товаров, поддержание запасов, складирование, любую форму информации о товаре или услуге, распределение и сбыт продукции. Оно связано с целым рядом дополнительных расходов, обусловленных перемещением грузов от производителя к покупателю.

Основными целями товародвижения являются:

- удовлетворение нужд потребителей;
- получение прибыли;
- обеспечение доставки нужных товаров в нужные места в нужное время с минимально возможными издержками.

Систему товародвижения образуют отдельные каналы. Канал распределения представляет собой систему, обеспечивающую доставку товара к местам продаж. Система состоит из элементов внутренней среды предприятия-изготовителя и внешней среды. Каналы товародвижения можно объединить в три группы: прямые, косвенные и смешанные. Важнейшими характеристиками каналов сбыта являются их длина и ширина.

По длине каналы сбыта определяется количеством его уровней, различают каналы нулевого уровня, одноуровневые, двухуровневые, трехуровневые, четырехуровневые и более. В зависимости от ширины каналов выделяют интенсивный, селективный (избирательный), исключительный (эксклюзивный) сбыт. С организационной точки зрения различают две формы каналов: самоорганизующиеся и координируемые.

Между участниками одного канала, а также между разными каналами могут наблюдаться не только разная степень сотрудничества, но и конфликты, конкуренция.

Планирование и организация каналов сбыта включает в себя три основных этапа: поставщик товаров должен, прежде всего, провести анализ, направленный на выделение видов и подвидов работ; выявить и правильно истолковать воздействие различных факторов на выполнение этих работ; выбрать индивидуальных представителей каждого вида сбытовых органов, наиболее подходящих для выполнения его конкретных задач, и установить с ними деловые отношения.

Для поставленных целей товародвижения необходимо, качественно и быстро обработать заказ. Как известно, чтобы товар имел и далее спрос он должен иметь хорошее качество, а это может обеспечить его

хранение. Для предприятий немаловажно расположение и количество объектов хранения, некоторые из них должны находиться на самом предприятии или неподалеку от него, а остальные – на складах. И чем больше таких пунктов, тем быстрее можно доставить товар потребителям.

Следует отметить, что товар необходимо доставить во время в нужное место, но при этом для прибыли предприятия издержки должны быть минимальными. Именно эти вопросы рассматривает система товародвижения. К сожалению ни одна из систем товародвижения не в состоянии одновременно обеспечить максимальный сервис для клиентов и до минимума сократить издержки по распределению товара. Поэтому необходимо найти оптимальное сочетание данных показателей.

Товародвижение занимает существенное место в маркетинге, так как нужно не только создать товар, но и довести его до потребителей и обеспечить его доступность целевому рынку, что и входит в обязательства товародвижения.

*Босякова Екатерина Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Артёмко С.И., ст. преподаватель каф. маркетинга*

Применение элементов мерчендайзинга в продовольственных магазинах

Актуальность. Правильное использование элементов мерчендайзинга в продовольственных магазинах, позволяет повысить уровень эффективности продвижения продукции.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – показать роль использования элементов мерчендайзинга в торговле на примере магазинов г. Горки. В процессе исследования использованы такие методы как наблюдение и анализ.

Полученные результаты. Мерчендайзинг – это один из современных инструментов маркетинга, способствующий стимулированию розничных продаж посредством привлечения внимания конечных потребителей к определенным маркам и группам товаров в местах продаж без активного участия торгового персонала. К основным элементам мерчендайзинга относят: атмосферу торгового зала, ассортимент товаров, планировку торгового зала, выкладку товаров и рекламу. Атмосфера торгового зала как элемент мерчендайзинга подразделяется на цветовую гамму интерьера, освещение, музыкальное оформление и запах. Исходя из этого был проведен сравнительный анализ внедрения этих элементов в продовольственном магазине системы потребительской кооперации «Диана» и магазином «Родны Кут» Горецкого Рай-ПО. Результаты сравнительного анализа использования элементов мерчендайзинга показали:

1. Атмосфера торгового зала. Ни в одном из магазинов цветовая гамма не используется для выделения товара или отдельной товарной

группы, также цвет не используется при привлечении внимания к новым товарам. В торговых объектах используются люминесцентные лампы с холодным дневным цветом, а также освещение в местах продажи отдельных товарных групп. В обоих магазинах специфических запахов не ощущается. Ни в одном из магазинов музыка не используется, в торговых залах – высокий уровень шума от работы холодильного торгового оборудования.

2. Ассортимент товаров. Ассортимент товаров в обоих магазинах достаточно широкий. В торговом зале представлены все товары, входящие в ассортиментный перечень. В ассортименте магазина «Родны Кут» представлена продукция собственного производства, которая представлена кондитерским отделом. В магазине «Диана» продукция собственного производства отсутствует.

3. Планировка торгового зала. Торговое оборудование в магазине «Родны Кут» установлено достаточно эффективно и направляет покупательский поток вглубь торгового зала. В магазине «Диана» неправильно размещены товарные отделы, что способствует образованию «холодных зон», в целом в магазине нет единого критерия при размещении товаров и товарных групп: все товары «размыты» по торговому залу.

4. Выкладка товаров. В магазине «Диана» нет единого критерия выкладки по большинству групп товаров. В магазине «Родны Кут» товар выложен на оборудовании в зависимости от товарной группы, производителя и цены товара, а также от его номинального объема.

5. Реклама и стимулирование сбыта. POS-материалы в обоих магазинах используются только при локализации места продаж и демонстрации чипсов, но не учитывая правило «тройного захвата». Методы стимулирования сбыта не используются вообще.

В качестве рекомендаций по использованию элементов мерчендайзинга в продовольственных магазинах г. Горки можно предложить работникам магазина больше внимания уделять созданию приятной атмосферы в торговом зале. В первую очередь необходимо использовать подсветку витрин магазина, целесообразно витрины украсить яркими изображениями продовольственных товаров. Помимо этого в магазине необходимо установить кондиционеры, также можно использовать искусственные ароматизаторы; немаловажное значение имеет использование музыки в торговом зале. Так, в утренние часы следует использовать более спокойную музыку, вечером – быстрые ритмичные композиции и громкость звука повышать. Для уменьшения шумов, издаваемых работой торгового оборудования, необходимо использовать холодильное оборудования с выносным холодильным агрегатом; продукты повседневного спроса (хлеб, молочная продукция и колбасная продукция) следует размещать в различных сторонах торгового зала, чтобы покупатель при посещении магазина обошел весь торговый зал, что увеличит объем его покупки; следует учитывать, что сведения о рекламируемом товаре должны попасть в поле зрения потенциальных по-

купателей, по крайней мере, 3-5 раз (правило «тройного захвата»). Информация, изложенная в POS-материалах, должна быть яркой, простой, легко понимаемой. POS-материалы следует размещать на уровне глаз или выше либо непосредственно возле рекламируемого товара. Необходима постоянная смена рекламных материалов, иначе покупатели привыкают к ним и перестают их замечать; следует активно использовать различные мероприятия по стимулированию сбыта (дегустации, подарки за покупку и др.).

Таким образом, использование мерчендайзинга в современных условиях позволит повысить прибыльность торговых организаций.

*Глинистая Мария Александровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Метрик А.А., ст. преподаватель каф. агробизнеса*

Сегментация потребителей хлебных палочек на основе маркетингового исследования

Актуальность. Выявление потенциальных целевых групп потребителей товара, или другими словами, сегментация рынка, является одним из основных направлений маркетинговой деятельности, позволяющая аккумулировать средства предприятия на определенном направлении своего бизнеса.

Методика и содержание исследования. Потребности человека практически беспредельны и очень разнообразны. Продукт, представляющий для одних потребителей определенную ценность, для других может быть бесполезен. Этот момент производители товаров и услуг должны обязательно учитывать в своей деятельности. Только при выделении групп потребителей для конкретного своего товара или услуги фирма может добиться высоких показателей в своей деятельности.

В современных условиях производители в нашей стране все более активно переходят в своей экономической деятельности на принципы целевого маркетинга. Исследование и поиск потенциальных потребителей составляют основу для позиционирования товара в дальнейшем на рынке.

Сегментирование способствует установлению постоянных контактов с потребителями, что позволяет вносить современные изменения в товарную, ценовую и коммуникационную политику. Сегментирование осуществляется в три этапа: выбор метода сегментации; выбор целевых сегментов рынка; позиционирование товара в целевом сегменте.

Наиболее распространенными методами сегментирования рынка являются метод группировок и методы многомерного статистического анализа. Суть метода группировок состоит в последовательной разбивке совокупности объектов на группы по наиболее значимым признакам. Какой-либо признак выделяется в качестве системообразующего критерия, затем формируются подгруппы, в которых значимость этого критерия значительно выше, чем во всей совокупности потреби-

телей даннотовара. Для целей сегментации рынка используются также методы многомерной классификации, когда классификация проводится по комплексу анализируемых признаков одновременно. Наиболее эффективными из них являются методы автоматической классификации, или кластерного анализа.

В процессе сегментирования должны быть подобраны такие принципы деления потребителей, которые отражают предполагаемые направления формирования потребности в товарах и услугах, открывают для предприятия возможности правильно позиционировать свое предложение в соответствии с имеющимся спросом в данном сегменте.

Рынок хлебобулочных изделий достаточно специфический в силу того, что здесь задействовано немного операторов. Ассортимент хлебобулочных изделий постоянно обновляется ввиду изменения потребительских предпочтений. Однако основной проблемой данной отрасли остается снижение уровня потребления хлебобулочных изделий населением, поэтому усилия производителей должны быть направлены на информированность потребителей о полезности и натуральности хлебопродуктов. Целесообразнее проводить сегментирование по минимальному числу характеристик, которые были определены в ходе проведенного дисперсионного и кластерного анализов.

Полученные результаты. В ходе анализа рынка хлебобулочных изделий определили позицию хлебных палочек, спрос на которые постоянно увеличивается. В виду данной особенности было проведено наблюдение и определены основные производители на рынке, которыми оказались частное предприятие «Златогор» и иностранное частное предприятие «Продовольственная мануфактура». Недостатком первого является завышенная цена, а недостатком второго – нет четкого позиционирования. Вследствие этого было проведено полевое маркетинговое исследование в виде опроса в городе Слуцк в количестве 30 респондентов с целью определения целевого потребителя хлебных палочек. В результате исследования было выявлено: существенными характеристиками, влияющими на уровень потребления хлебных палочек являются пол, степень активности и отношение к здоровому образу жизни, на основе которых проведена процедура кластеризации с помощью специализированной программы SPSS Statistics и выявлено 3 кластера, отличающимися уровнем потребления и другими факторами. В ходе проведенной сегментации определили целевой сегмент, в который попали лица со средним и ниже среднего уровнями доходов, и в то же время с высоким уровнем потребления хлебных палочек. Отсюда следует, что для предприятия целесообразно вывести на рынок продукцию, сфокусированную на пользе и натуральности хлебных палочек, а также отдельно продукцию в низком ценовом диапазоне. По итогам полевого исследования было выявлено, что ОАО «Слуцкий хлебозавод» с точки зрения потребителей должен улучшить и направить свои действия на разработку такой продукции, которая позволит отнести себя в квадрант натуральности и полезности продукта, а также

низким ценовым диапазоном. Полученные результаты в ходе проведенных анализов помогут руководству грамотно разработать стратегию позиционирования товара и направить товар в тот сегмент, который действительно нуждается в этом товаре.

*Горяинова Марина Сергеевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Артёменко С.И., ст. преподаватель каф. маркетинга*

Факторы повышения конкурентоспособности ОАО «Горынский агрокомбинат»

Актуальность. Мощность предприятий Республике Беларусь по переработке плодоовощного сырья составляют 66 - 72 %. Согласно Программе производства плодоовощной консервированной продукции на 2011-2015 годы производство плодоовощной консервированной продукции в Республике Беларусь планируется увеличить к 2015 году почти в 1,5 раза. Поэтому выявление факторов способствующих повышению конкурентоспособности предприятий данной отрасли является актуальным.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – выявить факторы способствующие повышению конкурентоспособности ОАО «Горынский агрокомбинат». Для исследования были использованы методы анализа и синтеза, сравнительный, абстрактно-логический, SWOT-анализ.

Полученные результаты. ОАО «Горынский агрокомбинат» – крупный сельскохозяйственный и перерабатывающий комплекс, специализирующийся на выращивании и переработке овощей, картофеля, зерновых культур, производстве мяса и молока. Консервный завод является центральной базой агрокомбината. Собственная сырьевая база обеспечивает поставку овощей и фруктов. ОАО «Горынский агрокомбинат» производит широкий ассортимент овощных и фруктовых консервов, который состоит более чем из 70 наименований.

Исследования показали, что в настоящее время почти вся продукция ОАО "Горынский агрокомбинат" реализуется во всех областях Республике Беларусь. Однако реализация плодоовощной консервной продукции в Республике Беларусь существенно затруднена из-за высокой насыщенности рынка данной продукцией.

На основании полученных результатов выявлены следующие факторы способствующие повышению конкурентоспособности ОАО «Горынский агрокомбинат»:

- выявление резервов по снижению затрат на производство продукции;
- обеспечение оптимальной загрузки производственных мощностей;
- обеспечение сырьевыми ресурсами;

- создание бренда всей своей продукции;
- обеспечение качества выпускаемой продукции, улучшение ее вкусовых и эстетических свойств;
- придание выпускаемой продукции отличительных свойств, которые важны для покупателя, и которые отличают товар от предложений конкурентов. Дифференциация может принимать различные формы: имидж марки, внешний вид, послепродажный сервис и т.д.
- совершенствование упаковки производимой продукции;
- внедрение инноваций, связанных с расширением ассортимента выпускаемой продукции;
- введение более активной работы по продвижению продукции на рынок в зависимости от складывающейся рыночной конъюнктуры, по-разному комбинируя средства маркетинговых коммуникаций;
- совершенствование форм работы с постоянными заказчиками.

Данилюк Алексей Владимирович, студент 5 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Пакуш Л.В., докт. экон. наук, профессор, зав. каф. экономики и МЭО в АПК

SWOT-анализ как метод оценки конкурентоспособности предприятия

Актуальность. В рыночных условиях особое значение приобретает управление конкурентоспособностью предприятия. Проблемы достижения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов не могут быть оптимально решены без учета особенностей развития конкретной отрасли народного хозяйства. В современных условиях происходит усиление конкуренции, вследствие чего руководители предприятий находятся в постоянном поиске новых (адекватных условиям конкуренции) инструментов управления предприятиями и рычагов повышения конкурентоспособности. В этих условиях успех хозяйствующего субъекта напрямую зависит от достижения конкурентоспособности и реализации конкурентных подходов, обеспечивающих его устойчивое рыночное положение.

В последние десятилетия для повышения конкурентоспособности предприятий и продукции на предприятиях внедряются системы качества с последующей их сертификацией на соответствие стандартам серии ISO 9000. Так, в условиях развитого конкурентного рынка, маркетинг становится эффективным средством решения проблемы качества и конкурентоспособности товаров, испытывая, в свою очередь, их обратное воздействие, которое расширяет либо снижает его возможность.

Методика и содержание исследования. Методологическую основу исследования составили диалектический метод и метод сравнительного анализа. Изучение потребителей и конкурентов, а также условий

конкуренции позволяет предприятию определить его преимущества и недостатки перед конкурентами, выработать успешные конкурентные стратегии и поддержать конкурентные преимущества.

Анализ конкурентных позиций компании занимает одно из ведущих мест в стратегическом менеджменте, так как именно на основе этого анализа принимаются решения о стратегии компании.

Довольно широко признанным подходом, позволяющим провести совместное изучение внешней и внутренней среды, является SWOT-анализ. На примере спиртоводочного завода КУПП «Маньковичи» Брестской области, рассмотрим метод SWOT-анализа как способ оценки конкурентоспособности предприятия. Данный анализ позволяет разработать перечень стратегических действий, направленных на усиление конкурентных позиций предприятия и его развитие.

С помощью SWOT-анализа можно проанализировать среду деятельности организации, так как в этой среде постоянно протекают динамичные процессы изменений, что-то постоянно исчезает, а что-то постоянно появляется. Одна часть этих процессов открывает для организации новые возможности и создает для нее благоприятные условия. Другая же часть, наоборот, создает дополнительные трудности и ограничения.

SWOT – анализ проводится в несколько этапов. На первом из них определяется список слабых и сильных сторон фирмы, а также возможностей и угроз (таблица 1). При его составлении можно использовать примерный набор характеристик, предлагаемый специалистами в области стратегического менеджмента.

Таблица 1 – SWOT – анализ деятельности КУПП «Маньковичи»

Сильные стороны	Слабые стороны
1) Современная технологическая линия производства водки 2) Высокое качество продукции 3) Широкий ассортимент выпускаемой продукции 4) Наличие экспортной деятельности	1) Недостаточно прочные позиции на рынке переработки 2) Высокие цены на продукцию 3) Отсутствие фирменной торговли 4) Отсутствие маркетинговой деятельности
Возможности	Угрозы
1) Повышение платежеспособного спроса 2) Снижение уровня конкуренции 3) Снижение налогов 4) Свободный экспорт	1) Снижение спроса 2) Обострение конкуренции 3) Повышение налогов 4) Увеличение цен на энергоносители

Сильные стороны – служат той базой, на которую организация должна опираться в конкурентной борьбе и которую она должна стремиться укреплять и расширять.

Слабые стороны – это предмет самого пристального внимания со стороны руководства организации, которое должно делать все возможное для того, чтобы избавиться от них.

Угрозы представляют собой отрицательные тенденции и явления во внешней среде, которые при отсутствии соответствующей реакции со стороны организации могут привести к значительному снижению эффективности ее функционирования.

Возможности – это положительные тенденции и явления во внешней среде, использование которых может привести к значительному увеличению объема продаж и размеров получаемой прибыли.

После составления списка слабых и сильных сторон, а также возможностей и угроз, может оказаться, что перечисленное их количество значительно больше, не очень содержательно и не очень репрезентативно. Во избежание этого на втором этапе проводится оценка каждого из факторов, входящего в одну из четырех частей этого списка.

Для оценки сильных сторон составляется матрица сильных сторон организации. В ней, сверху по горизонтали откладывается степень влияния сильных сторон на деятельность организации (сильная, умеренная, слабая). Слева по вертикали - откладывается вероятность того, что организация может воспользоваться своими сильными сторонами (высокая, средняя, низкая). Для оценки слабых сторон составляется матрица слабых сторон организации. В ней сверху по горизонтали откладываются возможные последствия, к которым можно привести присутствие (осуществление) слабых сторон (разрушения, критическое состояние, тяжелое состояние, «легкие ушибы»). Слева по вертикали откладывается вероятность того, что слабые стороны будут присутствовать в деятельности организации (высокая, средняя, низкая). Аналогичные матрицы составляются для оценки использования имеющихся возможностей и оценки угроз деятельности предприятия.

После проведения оценки и составления конкретного списка, слабых и сильных сторон, возможностей и угроз для предприятия наступает третий этап, в процессе которого устанавливаются связи между ними.

Завершающим этапом в анализе предприятия является составление итоговой матрицы SWOT-анализа, которая указывает на то, что наиболее сильной стороной является большой ассортимент производимой продукции. Данной стороной нужно воспользоваться предприятию. А слабой стороной является отсутствие фирменной торговли, отсутствие маркетинговой деятельности данной проблеме нужно уделить наибольшее внимание.

Полученные результаты. Таким образом, к приоритетным маркетинговым инструментам стимулирования сбыта, относятся различные акции, направленные на дистрибьюторов и на конечных потребителей. В то же время необходимо сделать большой акцент на рекламу, так как реклама призвана сформировать у потребителя интерес к продукту и в дальнейшем повлиять на выбор продукции.

Спиртоводочному заводу КУПП «Маньковичи» необходимо уделить большое внимание общению с «составителями общественного мнения» – критиками, журналистами, а также с конечным потребителем в точках продаж. Не остается без внимания и сеть Интернет.

Все эти меры как минимум приведут к узнаваемости бренда, а это считается одним из важнейших показателей, определяющих объем продаж продуктов компании на ранних стадиях жизненного цикла. Поэтому часто выступает главной целью маркетинговых коммуникаций в этот период и приводят к значительному росту конкурентоспособности товара.

Евдакимович Евгения Сергеевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Воробьева Н.Ф., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. маркетинга

Анализ товарной политики хлебопродуктового предприятия

Актуальность. Рыночный успех является главным критерием оценки деятельности отечественных предприятий, а их рыночные возможности предопределяются правильно разработанной и последовательно осуществляемой товарной политики. Актуальность изучения товарной политики обуславливается тем, что в условиях рыночной экономики грамотно составленная товарная политика прямо влияет на эффективность работы предприятия.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является изучение теоретических основ товарной политики и применение полученных знаний при исследовании товарной политики Осиповичского производственного участка ОАО «Бобруйский комбинат хлебопродуктов» (далее ОПУ ОАО «БКХП»).

Товар занимает основное место в комплексе маркетинга. Именно он должен удовлетворять реальные нужды и потребности человека, а маркетинг призван помочь каждому производителю выявить и обеспечить их удовлетворение лучше, чем это делают конкуренты. Последнее и обеспечивается прежде всего путем реализации товарной политики. Эта политика предопределяет осуществление таких мероприятий, как:

- модификация изготавливаемых товаров;
- разработка новых видов продукции;
- снятие с производства устаревших товаров;
- оптимизация номенклатуры изготавливаемых изделий;
- обеспечение наилучшего ассортимента выпускаемых товаров;
- оценка целесообразности и поиск варианта марочной политики;
- создание необходимой упаковки и маркировки товаров;
- организация сервисного обслуживания.

Товарная политика представляет собой комплекс мер и мероприятий предприятия (организации), направленных на оптимальное удовлетворение покупательского спроса в условиях рынка посредством товара. Хорошо продуманная товарная политика не только позволяет оптимизировать процесс обновления ассортимента, но и служит для руководства предприятия своего рода ориентиром общей направленности действий, позволяющим корректировать текущие ситуации. Важным элементом товарной политики является своевременное внесение в товар изменений, которые повышают его потребительскую ценность и расширяют круг его возможных покупателей (модернизация или модификация товара).

Другой стратегический подход к проведению товарной политики, направленной на сохранение или даже увеличение доли рынка, состоит в создании и введении на рынок новых товаров. Такая политика рассчитана на определенный сегмент рынка, сформировавшийся круг покупателей, которые обрели доверие к торговой марке фирмы и к фирме в целом.

Поскольку конечный успех отныне является главным критерием оценки деятельности предприятий, а их рыночные возможности предопределяются правильно разработанной и последовательно осуществляемой товарной политикой, то именно на основе изучения рынка и перспектив его развития предприятие получает исходную информацию для решения вопросов, связанных с формированием, планированием ассортимента и его совершенствованием.

Выявив теоретические аспекты товарной политики была проведена оценка товарной политики хлебопродуктового предприятия.

Осиповичский производственный участок ОАО «Бобруйский комбинат хлебопродуктов» производит высококачественную продукцию следующей номенклатуры: мука, крупы, комбикорма, каши быстрого приготовления, фасовочные бумажные пакеты и другую востребованную на внутреннем и внешнем рынках продукцию. Сорты муки отличаются степенью помола и содержанием отрубей. Мука ржаная хлебопекарная производится в следующем ассортименте: сеяная мука, обдирная, обойная.

Крупы предприятия имеют следующий ассортимент: -крупя перловая №1, -крупя перловая не требующая варки №1, -крупя перловая не требующая варки №2, -крупя ячневая №2, -крупя ячневая №3, крупя овсяная быстрого приготовления, крупя гречневая не требующая варки.

Каша быстрого приготовления разработаны на основе крупя овсяной быстрого приготовления. В состав каш входят изюм, курага, чернослив, семечки тыквы и подсолнуха, арахис. Разнообразие ассортимента достаточно высокое. Таким образом, ассортимент продукции ОПУ ОАО «БКХП» достаточно развит для поддержания конкурентоспособности предприятия.

По критерию «Разработка новых видов товаров» необходимо отметить следующее: ежегодно разрабатываются новые товары, что положительно сказывается на экономическом состоянии предприятия. В 2011 году предприятие начало производить каши с сублимированными фруктами, ягодами, вкусовыми приправами.

Товарный знак у предприятия также привлекающий внимание. На нем изображен бобр, который держит три колоска, под ним надпись «Хутар млынок».

Упаковки каш быстрого приготовления яркие, привлекающие внимание. Все упаковки содержат: марочное название, товарный знак, название предприятия и его контакты, состав, способ приготовления, масса продукции и пр. Крупы и мука упаковываются в полипропиленовые мешки и пакеты.

Полученные результаты. Таким образом, на Осиповичском производственном участке ОАО «БКХП» осуществляется товарная политика, которая позволяет производить конкурентоспособную продукцию, удовлетворяющую запросы потребителей. Совершенствуя товарную политику в зависимости от различных факторов, например, экономической ситуации в стране, изменения предпочтений целевого потребителя, ситуации на рынке и многих других факторов, Осиповичский производственный участок ОАО «Бобруйский комбинат хлебопродуктов» сможет сохранить устойчивое положение на рынке и уровень своих доходов, если будет обеспечивать оптимальный перечень существующих товаров, добиваться высокого качества продукции, тщательно планировать каждый новый проект и поддерживать регулярную обратную связь с потребителем.

*Колеснёв Иван Викторович, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Любецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Оценка интенсивности конкуренции на рынке овощей защищённого грунта

Актуальность. Проведение маркетинговых исследований на современном этапе обусловлено рядом факторов: маркетинговая среда изменяется очень динамично; всё больше компаний работают на дистанционно удалённых рынках; потребители становятся всё более искушёнными, разборчивыми. Такое направление маркетинговых исследований как исследование конкуренции на рынке имеет стратегическое значение, так как его результаты закладываются в стратегию развития предприятия.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является получение фактической информации, позволяющей оценить рыночные параметры, формирующие конкурентные преимущества предприятий рынка овощной продукции в Беларуси с точки зрения потенциала и перспективы развития. Овощеводство является одной из

важнейших составляющих продовольственного ресурса Республики Беларусь. Эта отрасль поставляет растительные продукты, обладающие ценными питательными и целебными свойствами, которые имеют большое значение для обеспечения полноценного рациона питания людей. Овощи содержат в легкоусвояемой форме все основные энергосодержащие вещества: углеводы, белки и жиры.

Как показали наши исследования с 2005 по 2010 гг. валовой сбор овощей вырос на 16 %. За этот период темп роста экспорта (в 4 раза) превышал темп роста импорта (в 2,3 раза). По уровню производства овощей на душу населения Республика Беларусь превосходит Украину и Россию. КУП «Минская овощная фабрика» является предприятием коммунальной собственности. На сегодняшний день это современное многопрофильное сельскохозяйственное предприятие, производящее продукцию растениеводства и овощеводства в открытом и защищенном грунте, продукцию животноводства молочно-товарного направления, а также чайные напитки на основе пряно-ароматического сырья.

По состоянию на 1 января 2011 года на предприятии работало 788 человек. В структуре товарной продукции на долю растениеводства приходится основная доля – 89%, в том числе значительная часть – на овощи защищенного грунта (86%).

Диагностику конкурентной среды, деятельности конкурентов следует считать важнейшим звеном всего маркетингового исследования, так как она является условием, гарантией успеха товара, технологий, услуг, предлагаемых фирмой на рынке.

Нами было проведено исследование рынка овощей защищенного грунта. За основу были взяты 26 предприятий Республики Беларусь, которые выращивают данный вид продукции. По данным годовых отчетов с 2007 по 2010 гг. сельскохозяйственных предприятий из базы данных была взята информация для расчёта. По каждому году и по 26 предприятиям рассчитана выручка от реализации овощей защищенного грунта, их количество, также прибыль и убыток от продукции, вычислена итоговая прибыль по всем организациям.

Для анализа показателей эффективности предприятий рассчитан индекс интенсивности конкуренции овощей защищенного грунта для Республики Беларусь. По каждому году вначале была рассчитана сумма произведённой продукции, выручка от реализации и итоговая прибыль. Затем было найдено их среднее значение и среднеквадратическое отклонение. Полученные данные мы использовали для расчёта интенсивности конкуренции (формула 1).

$$I_k = \sqrt[3]{\left(\left(1 - \frac{\delta}{X}\right) * \left(1,4 - \left(1 + \frac{P_n - P_{n-1}}{P_{n-1}}\right)\right) \div 0,7 \right) \times \left(1 - \frac{G_n}{P_n}\right)}$$

где (1)

\bar{x} – средняя доля рынка;
 σ – среднеквадратическое отклонение долей рынка;
 G_n – прибыль в текущем периоде;
 P_n, P_{n-1} – выручка товарной продукции в текущем и предшествующем периодах;
1,4 и 0,7 – эмпирические коэффициенты

Первоначальная выборка овощеводческих предприятий для определения составила 26 объектов. Рассчитанные коэффициенты по количеству и выручке от реализации продукции оказались не существенными и по 2010 году составили – 0,548 и – 0,473 соответственно. Сужение выборки до 15 крупнейших объектов не позволило достичь положительных результатов по расчёту конкурентоспособности. Коэффициенты также были не существенны. Нами была определена представительная выборка в размере 13 специализированных сельскохозяйственных предприятий, что позволило получить достоверный результат. Так, в 2010 году коэффициент интенсивности конкуренции по количеству овощей защищённого грунта составил 0,073, а по выручке от реализации продукции – 0,02. Это говорит о том, что 13 овощеводческих предприятий формируют уровень конкуренции на рынке овощной продукции. Этот вывод подтверждается и расчётами коэффициента концентрации и Херфиндаля-Хиршмана.

Для оценки степени конкуренции исследуемого рынка был рассчитан коэффициент концентрации, который измеряет сумму долей крупнейших предприятий в отрасли. Считается, что если коэффициент концентрации приближается к 1, то рынок характеризуется высокой степенью монополизации, если же немногим выше нуля, то его можно рассматривать как конкурентный. Коэффициент концентрации рынка овощной продукции по 4 основным производителям составил 0,62.

Так как при расчёте коэффициента концентрации не учитывается доля рынка, занимаемая другими, почти равнозначными, производителями, то дополним анализ определением индекса Херфиндаля-Хиршмана (H) (формула 2).

$$H = \sum_{i=1}^n Y_i^2, \quad (2)$$

где Y_i – рыночная доля i -ого предприятия.

Максимальное значение, которое может принимать индекс, соответствует ситуации, когда рынок полностью монополизирован одним предприятием. В этом случае индекс равен 10000. Если индекс принимает значение меньше 1000, то рынок оценивается как неконцентрированный. Если индекс находится в диапазоне от 1000 до 1800, то рынок рассматривается, как умеренно концентрированный. Если индекс превышает 1800, рынок считается высокомонополизированным. Рассчи-

танный нами индекс (1341) показывает средний уровень конкуренции на рынке.

Полученные результаты. Таким образом, сопоставление двух методик определения уровня конкуренции овощных предприятий показало, что рынок этой продукции можно характеризовать как имеющий среднюю степень конкуренции между его операторами. Определив значения таких показателей как средняя доля рынка, среднеквадратическое отклонение долей рынка, прибыль в текущем периоде, выручка товарной продукции в текущем и предшествующем периодах, можно в каждый текущий момент оценить степень конкуренции на рынке.

Костенкова Татьяна Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Шалдаева Л.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса

Организация деятельности РУП «Климовичский ликероводочный завод» по развитию производства конкурентоспособных товаров

Актуальность. Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке. Прежде всего, конкуренция – это соперничество, которое происходит между производителями различных товаров и услуг. Эта борьба проходит за более приемлемые и выгодные условия в сфере производственной деятельности, также в сфере сбыта услуг и товаров. Важнейшей целью является получение максимальной прибыли. Именно конкуренция активизирует производство качественных товаров, услуг и продукции.

Необходимость исследования конкуренции заключается в том, что без нее невозможно представить научно-технический прогресс, а она создает в нем заинтересованность у производителей. Каждый стремится создать что-то радикально новое с целью максимизации прибыли.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – понять сущность конкуренции, рассмотреть ее виды и роль в механизме функционирования классического рынка на примере алкогольной продукции, а также ее влияние на поведение фирмы и на экономику в целом. Объектом исследования является РУП «Климовичский ликероводочный завод». Предмет исследования – конкурентоспособность объекта на рынке.

Нами была проведена оценка конкурентоспособности выпускаемой продукции РУП «Климовичский ЛВЗ» и его конкурентов, таких как ПТРУП «Минск Кристалл» и РПУП «Брестский ЛВЗ «Белалко».

РУП «Минск-Кристалл» и РПУП «Брестский ликероводочный завод «Белалко» – основные конкуренты РУП «Климовичский ликероводочный завод», которые опережают предприятие по следующим факторам: финансовая позиция, доля рынка, имидж предприятия, конкурентоспособность цены.

Несмотря на то, что конкурентами завода являются предприятия с лидирующими позициями на рынке алкогольной продукции, РУП «Климовичский ликеро-водочный завод» обладает таким конкурентным преимуществом, как уровень технической оснащенности.

Как следует из анализа конкурентной среды, рынок алкогольной продукции в настоящее время является высоко конкурентным, поэтому для завоевания потребителей предприятию необходимо наиболее полно удовлетворить запросы покупателей, предложив широкий ассортимент, ощутимые преимущества при покупке продукции, с помощью грамотно разработанной стратегии маркетинга. Основное – цена и качество.

Таблица 1 – Матрица сравнения по основным конкурентам

Факторы успеха	Вес	РУП «Климовичский ЛВЗ»		ПТРУП «Минск Кристалл»		РПУП «Брестский ЛВЗ «Белалко»	
		Рейтинг	Результат	Рейтинг	Результат	Рейтинг	Результат
Уровень технической оснащенности	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Качество	0,1	4	0,4	3	0,3	3	0,3
Конкурентоспособность цены	0,2	4	0,8	3	0,6	3	0,6
Финансовая позиция	0,3	1	0,3	4	1,2	3	0,9
Имидж (деловая репутация) предприятия	0,1	2	0,2	4	0,4	4	0,4
Доля рынка	0,2	2	0,4	4	0,8	4	0,8
Итого:	1		2,5		3,6		3,3

Представленная в таблице 1 профильная матрица показывает, что РУП «Минск-Кристалл», основной конкурент РУП «Климовичский ликеро-водочный завод», опережает предприятие по следующим факторам: финансовая позиция (1,2), доля рынка (0,8), имидж предприятия (0,4). РПУП «Брестский ликероводочный завод «Белалко» опережает по таким факторам, как финансовая позиция, конкурентоспособность цены, имидж, доля рынка.

Полученные результаты. Таким образом, по отношению к существующим РУП «Климовичский ликеро-водочный завод» имеет смысл

придерживаться наступательной стратегии (стратегии инвестирования). Это даст возможность не только нарастить и повысить эффективность использования производственных мощностей, но и снизить себестоимость продукции. В итоге РУП «Климовичский ликеро-водочный завод» сможет выпускать широкий ассортимент высококачественной продукции по конкурентоспособным ценам и постепенно занять позицию лидера. Требуется принимать такие маркетинговые решения, которые будут способствовать улучшению эффективности деятельности предприятия и укреплению конкурентных позиций предприятий на своем рынке. РУП «Климовичский ликеро-водочный завод» необходимо выбрать стратегию поддержания старых и завоевания новых рынков сбыта как на территории Республики Беларусь, так и за её пределами за счёт формирования наиболее устойчивых внешних и внутренних конкурентных преимуществ.

Крицкая Татьяна Николаевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Шутова С.В., магистр экон. и упр., ассистент каф. агробизнеса

Торговля как отрасль народного хозяйства страны

Актуальность. Выбор данной темы заключается в возрастающей важности развития торговли, так как именно торговля позволяет не только динамично реагировать на изменения в рыночной среде, но и повышать качество жизни за счет своевременного удовлетворения запросов каждого потребителя.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является рассмотрение торговли, как отрасли народного хозяйства, ее видов, путей и динамики развития. Используются абстрактно-логический, монографический и исторический методы.

Торговля как отрасль народного хозяйства имеет чрезвычайно важное значение для каждого общества. В ней сосредоточены экономические, социальные и политические задачи предприятий, организаций, населения и государства. От их правильного решения зависит эффективность функционирования хозяйственного механизма страны, его отдельных отраслей и удовлетворение потребностей всех слоев населения. Торговля – это предпринимательская деятельность торговых организаций и индивидуальных предпринимателей, в основе которой лежат отношения по продаже произведенных, переработанных или приобретенных товаров, а также по выполнению работ, оказанию услуг, связанных с продажей товаров.

В Республике Беларусь в соответствии с законом выделяют 3 вида торговли: оптовая; розничная; общественное питание. В процессе развития экономики особую значимость приобретает розничная торговля. Розничная торговля – это торговля товарами и оказание услуг покупателю.

телям для личного, семейного, домашнего использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Различают 3 формы торговли: государственная, кооперативная, частная. Пути или направления развития торговли:

- Максимальное приближение розничной торговой сети к требованиям покупателей.
- Создание примерно равных реальных возможностей для конкуренции предприятий с различными формами собственности.
- Расширение и обеспечение условий для диверсификации деятельности розничной торговли.
- Разработка новых организационных структур управления торговлей.
- Создание более совершенной системы защиты прав потребителей.

Основными показателями деятельности торгового предприятия являются: товарооборот, производительность труда, издержки обращения, основной и оборотный капитал, прибыль, рентабельность и др. Товарооборот относится к числу важнейших показателей плана экономического и социального развития. Он оказывает влияние, как на производство, так и на потребление.

Темпы роста розничного товарооборота торговли через все каналы реализации по областям и г. Минска характеризуются следующими данными (в сопоставимых ценах; в % к соответствующему периоду предыдущего года) (таблица 1).

Таблица 1– Темпы роста розничного товарооборота торговли через все каналы реализации по областям и г. Минска

Регионы	Январь-апрель 2012 г.	Январь-апрель 2011 г.
Республика Беларусь	107,5	121,2
Брестская	104,4	120
Витебская	117,8	121,2
Гомельская	107,9	123,1
Гродненская	104,6	118,8
г. Минск	100,6	120,5
Минская	112,1	123,5
Могилевская	116,3	122

Розничный товарооборот через все каналы реализации в январе-апреле 2012 г. составил 53,1 трлн. рублей, или 107,5% к уровню январь-апрель 2011г.

Большую долю в торговле Республики Беларусь занимает потребительская кооперация. Она функционирует и развивается как самостоятельная, автономная общественно-хозяйственная структура в соответствии с общепризнанными мировым сообществом кооперативными принципами и ценностями. Кооперативная собственность является

разновидностью частной. Потребительская кооперация представляет собой многоотраслевую структуру, которая включает оптовую и розничную торговлю, общественное питание, производство, заготовительную деятельность, транспорт, поэтому организационно-хозяйственные звенья здесь шире, чем в государственной торговле. В системе Белкоопсоюза находятся 81 хлебозавод, выпекающих 20% всех хлебобулочных изделий в Беларуси, 87 мясоперерабатывающих цехов, которые производят 3 % колбасных изделий и 11 % полуфабрикатов, 8 консервных заводов, выпускающих 3,5 % соответствующей продукции от общереспубликанского объема.

Основной отраслью потребительской кооперации остается торговля, которая представлена более чем 10,5 тыс. магазинов, расположенных преимущественно в сельской местности.

Розничный товароборот торговли организаций потребительской кооперации в январе-апреле 2012 г. составил 4,5 трлн. рублей, или в сопоставимых ценах 101,7% к уровню января-апреля 2011 г.

Полученные результаты. Развитие торговли в Республике Беларусь достаточно сильно зависит от состояния потребительской кооперации, несмотря на то, что в отдельных регионах она стала терять свои позиции на рынке, что связано с появлением конкурентов с развитием рыночных отношений. Для сохранения и повышения конкурентоспособности необходимо совершенствовать работу по формированию ассортимента, выбору форм и методов продажи, что позволит повысить эффективность коммерческой работы.

*Курбанов Силап Ягшысахатович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Любецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Розничная торговля как рыночная категория

Актуальность. Возрастающая важность развития розничной торговли в современной экономике не только стран СНГ, но и во всем мире не может быть переоценена, так как именно розничная торговля позволяет не только динамично реагировать на изменения в рыночной среде, но и повышать качество жизни за счет своевременного удовлетворения запросов каждого потребителя. В связи с этим, исследование розничной торговли и определение ее теоретических основ является достаточно актуальным на данном этапе.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – определение сущности, целей, функций и задач розничной торговли на современном этапе, определение ее роли в современной экономике. В процессе теоретического исследования были использованы такие методы как монографический, абстрактно-логический, анализа, синтеза, сравнения и др.

Полученные результаты. Розничная торговля – это торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домаш-

него использования, не связанного с предпринимательской деятельностью. Розничные торговые предприятия реализуют товары непосредственно населению, то есть физическим лицам, применяя свои, специфические способы и методы розничной продажи, окончательно завершают обращение от изготовителя продукции. Розничная торговля представляет собой производственную деятельность по продаже товаров или услуг конечному потребителю для их личного некоммерческого использования.

Цель розничной торговли заключается в удовлетворении разнообразных потребностей покупателей. Функции розничной торговли:

- за счет большого числа предприятий розничной торговли происходит удовлетворение потребности конечного покупателя по месту его жительства или работы;
- через розничную торговлю производитель получает информацию о спросе на товар, являясь наиболее чувствительным индикатором регулирования объемов производства;
- через розничную торговлю происходит освоение новых рынков и осуществляется продвижение новых товаров;
- розничная торговля выполняет рекламные функции товара производителя.

Розничная торговая сеть представляет собой совокупность большого числа розничных торговых предприятий, осуществляющих куплю-продажу товаров, выполнение работ и оказание услуг покупателям для их личного, семейного, домашнего использования. Ее основными видами являются: стационарная и нестационарная (на принципах развозной и разносной торговли).

Розничная торговля играет важную роль в личной и общественной жизни человека. Розничные предприятия играют важную роль в нашем развитии и в том, как мы сами себя воспринимаем. Основная задача торговых предприятий – обеспечить возможность покупки какого-либо товара при соответствующем качестве торгового обслуживания.

Розничная торговля – это последний этап в канале распределения, который включает все предприятия (фирмы) и всех людей, участвующих в процессе физического перемещения товаров и услуг, а также в передаче права собственности на эти товары и услуги от производителя потребителю. Услуга розничной торговли – это результат взаимодействия продавца и покупателя, а также собственной деятельности продавца по удовлетворению потребностей покупателя при купле-продаже товаров.

Анализ сущности торговли, как формы товарного обращения, позволяет определить ее место в системе рыночной экономики. Так как в условиях товарного производства непосредственный контакт между производством и личным потреблением осуществляется через товарно-денежный обмен и рынок, то торговля является посредствующим звеном в процессе воспроизводства.

Среди характерных особенностей торговли необходимо отметить следующие:

1. Завершение цикла товарного производства, реализация товаров конечному потребителю (розничная торговля).

2. Результаты торговой деятельности обуславливают состояние денежного обращения в государстве.

3. Аккумулирование наличных денежных средств, необходимость организации строго контроля соблюдения действующих норм и правил организации налично-денежного оборота

4. Оказание дополнительных сопутствующих реализации товаров услуг в доведение товара до потребителя.

5. Высокая адаптивная способность хозяйствования.

6. Высокий уровень оборачиваемости капитала, зависимость результатов торговой деятельности от скорости оборота средств.

7. Отсутствие как такового производственного процесса обуславливает отсутствие в учете незавершенного производства.

8. Цена и ассортимент реализуемых товаров находятся в значительной зависимости от характера спроса, особенностей социально-экономического состава обслуживаемого населения.

9. Доходы от торговли подвержены сезонным колебаниям в зависимости от времени года, дней недели, часов суток, например, активизация спроса и на фоне роста цен в новогодние праздники.

10. Личная ответственность работников торговых организаций за сохранность материальных и финансовых ресурсов.

Таким образом, большое значение должно придаваться активизации сотрудничества производителя и торговли, оптимизации экономических отношений между структурами торговли и покупателями в современных условиях некоторой стабилизации и экономического роста. В системе товарного обращения торговля занимает ключевое положение, выполняя транзитную роль от производителя к потребителю, в обеспечении всего населения необходимыми ресурсами, что подтверждает неоспоримую значимость совершенствования управления в торговой отрасли в условиях становления российской экономики.

Лагун Ольга Михайловна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Колеснёва Е. П., канд. экон. наук, доцент, проректор академии

Дегустация как эффективная форма продвижения товаров

Актуальность. В последние годы отечественная мясная промышленность становится все более конкурентоспособной. Сегодня требуется гораздо больше, чем просто создать товар, назначить на него подходящую цену и обеспечить его доступность целевым аудиториям. Маркетинговые коммуникации используются для демонстрации важных характеристик трех других элементов маркетинга-микс с целью

повышения заинтересованности потребителя в покупке товара. Совокупность методов коммуникационного воздействия на потенциальных покупателей требует детального изучения.

Методика и содержание исследования. Цель проведенного исследования состояла в оценке эффективности отдельных элементов маркетинговых коммуникаций, применяемых ОАО «Слуцкий мясокомбинат». Исследования проводились на основании изучения литературных источников, а также были использованы статистические данные и данные первичного бухгалтерского учёта ОАО «Слуцкий мясокомбинат».

Полученные результаты. В последнее время можно заметить существенное изменение в процессе выведения товаров на рынок. Вследствие усиления конкуренции и насыщения многих рынков товарами становится недостаточным иметь хорошие продукты и услуги.

Суть коммуникационной концепции маркетинга заключается в том, что в условиях современного информационного общества главная задача маркетинга состоит в организации грамотной коммуникации на всех этапах деятельности предприятия – от опубликования финансовой отчетности до выбора имени нового товара. Таким образом, свободное владение инструментами построения комплекса маркетинговых коммуникаций станет определяющим фактором оценки профессионализма маркетолога в информационном обществе, и скажется на эффективности работы всего предприятия.

Анализ коммуникационной деятельности ОАО «Слуцкий мясокомбинат» показал активное использование рекламы, участия в выставках и ярмарках. Предприятие транслирует свои ролики по телеканалу СТБ, на радиостанциях Минская Волна, радио Би-Эй и Русское радио. Размещает рекламные статьи в журнале «Продукт ВУ» и в газетах «Минская правда», «Курьер» и «Торговая газета».

На предприятии также активно используется такое коммуникационное мероприятие, как дегустация продукции, которая представляет собой специально разработанные приемы маркетинга, которые рассчитаны на то, чтобы познакомить покупателя с определенным товаром поближе и дать ему возможность приобрести пробный товар по сниженной цене или же и вовсе получить бесплатно.

Проведение дегустаций – это важное направление рекламной деятельности. Благодаря дегустации больше потенциальных покупателей получает возможность попробовать продукт, а квалифицированные промоутеры создают положительный имидж предприятию.

Эффективность организации и проведения дегустации обусловлена тем, что:

- потенциальный покупатель во время проведения дегустаций получает необходимую информацию о новом продукте;
- привлекаются консервативные потребители, которые не любят менять свои предпочтения и постоянно покупают товары одного производителя;

- налаживается прямой контакт с потребителем и одновременно проводится рекламная кампания.

Особенность дегустации заключается в том, что покупатель может попробовать и оценить продукт перед тем, как его купить. При правильной организации дегустации потенциальный покупатель в 90 % случаев превращается в реального покупателя.

Проведенный анализ дегустации трех новых видов продукции ОАО «Слуцкий мясокомбинат» показал, что эффективность данного коммуникационного воздействия высока. Нами были сопоставлены объемы продаж продукции до проведения рекламной акции и после ее проведения. Было выявлено, что после проведения дегустации объемы реализации увеличились в два раза. Средняя рентабельность продаж рекламируемых колбас с учетом затрат на дегустацию составила около 25%.

Таким образом, применяя системный подход при организации дегустации и охватывая при этом значительное количество покупателей целевого сегмента, можно достичь не только краткосрочных результатов, но и долгосрочного эффекта. В связи с этим дегустацию можно рассматривать, и как механизм инвестирования в имидж предприятия и его торговую марку.

*Леташкова Анастасия Валерьевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права,
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Артёмченко С.И., ст. преподаватель каф. маркетинга*

Комплекс маркетинга агротуристических услуг

Актуальность. Республика Беларусь обладает потенциалом для развития агротуризма. Комплексной программой развития сферы услуг в Республике Беларусь на 2011-2015 годы определено увеличение количества субъектов агроэкотуризма в 2.5 раза (до 3 тыс.), в том числе не менее 200 – на базе сельскохозяйственных организаций.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – теоретическое, методическое обоснование маркетинга агротуристических услуг. В процессе исследования были использованы метод анализа и сравнения

Исследования показали, что агротуризм – один из развивающихся элементов туристического рынка Республики Беларусь. Развитие агротуризма во многом зависит от применения маркетинга.

Цель маркетинга в агротуризме – удовлетворение потребностей клиента. Важное место в маркетинговой деятельности занимает разработка и реализация комплекса маркетинга. Маркетинговый комплекс включает продукт, цену, продвижение, сбыт, персонал, процесс обслуживания, материальное окружение.

Агротуристический продукт носит специфический характер, представляющий собой пакет услуг, который осуществляется в момент

прибытия туриста на место. В соответствии с теорией модели пакета услуг агротуристический продукт состоит из: основной услуги – размещение и питание; вспомогательной услуги – отдых на природе и в сельской местности, развлечения, экскурсии; поддерживающей услуги – активное участие в сельской жизни. Комплексная природа агротуристических услуг оказывает влияние на качество услуг.

Для того чтобы услуги пользовались спросом пакет агротуристических услуг должен как-то выделяться на фоне других, иметь своеобразный стиль, собственную привлекательность. Этого достигается благодаря устройству развлекательно-кулинарных мероприятий, организации встреч с народными умельцами, проведению мастер-классов. Многие сельские усадьбы становятся центрами проведения фестивалей: белорусской лошади; «Кузевичи -2», «Залохвенский фэст», «Заборскі фэст», «Палескія прысмакі», «Мотальскія прысмакі».

Важный элемент комплекса маркетинговых мер в сфере агротуристических услуг – цена, которая служит действенным инструментом влияния на рынок. Устанавливая цену на агротуристический продукт, учитываются наряду с затратами, спросом и ценовые стратегии, которые используются конкурентами. Чрезвычайно значимый фактор ценовой политики является использование разнообразных скидок, которые зависят от продолжительности пребывания гостей, сезона и др.

Основным инструментом продвижения агротуристического продукта является информирование о агротуристических услугах при помощи местных СМИ, Интернета, каталогов, брошюр, буклетов, картах; участие в специализированных выставках, ярмарках, фестивалях, создании информационных мультимедийных проектов и презентаций (например «Голубое Ожерелье Россон»). В рекламных материалах по агроэкотуризму должна содержаться достаточная информация о впечатлениях, на которые могут рассчитывать туристы, включая сведения о рельефе и климате, животном и растительном мире, и, в целом, о посещаемой местности. Сюда должна также включаться правдивая информация о размещении и организации питания, а также рекомендации о том, что можно и что нельзя делать в данном туристском центре.

Что касается персонала, предоставляющего агротуристические услуги, то ни интересное агротуристическое предложение, ни привлекательная цена, ни активное продвижение не принесут желаемых результатов, если лица, которые предоставляют эти услуги, не подготовлены должным образом к общению с клиентом. Ведь потребители оценивают качество своего отдыха также и через поведение всего персонала. Поэтому очень важно, чтобы работали компетентные, опытные специалисты. Проблема повышения квалификации персонала решается с помощью обучающих семинаров, конференций, курсов повышения квалификации.

Процесс оказания услуги также может оказать воздействия на клиента. Характеризуя процесс, необходимо ответить на вопрос как осуществляется продажа и обслуживание клиента. Субъекты, предостав-

ляющие агроуслуги, специализируются на обслуживании определенного сегмента рынка, на экологических методах хозяйствования, на обслуживании гостей с ограниченными возможностями и т.д.

Физическое окружение – это важный фактор в маркетинге, так как покупатель находится в контакте с такой частью этого фактора, как здание, оборудование. К тому же, так как услуги неосязаемы и их трудно оценить, физическое окружение является ключевой характеристикой качества услуги. Поэтому уделяется внимание к эстетике экстерьера и интерьера всех строений на усадьбе, создание безопасности во всех помещениях и на подворье. Проводится зональное разграничение агроусадьбы на техническую часть (автостоянка, гараж, хозяйственные постройки) и парадную часть (лужайка с цветами и клумбами, детские качели, гамак, лавочки, беседки), оборудуются санитарные узлы и комнаты гигиены (душевые, умывальники), система водоснабжения (холодная и горячая вода, организация буровой скважины вместо обычного колодца), канализации усадьбы.

Полученные результаты. Развитие агротуризма во многом зависит и от организации маркетинга в данной сфере. Основными цели маркетинга агротуризма являются повышение качества обслуживания, расширение ассортимента услуг, рост рентабельности данных услуг. Субъекты агротуризма должны использовать весь комплекс маркетинга агротуристических услуг («7Р») и помнить о комплексном удовлетворении потребностей клиентов, адаптация предложений к вновь выявленным потребностям и изменениям ситуации на рынке. Это позволит привлечь новых покупателей, удержать старых, превратив их в постоянных покупателей.

Можар Юрий Васильевич, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Третьяков В.П., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. маркетинга

Совершенствование сбытовой деятельности ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч»

Актуальность. Реализация товаров является единственным способом вернуть вложенные в их производство средства и получить прибыль. Однако следует различать традиционное понятие «сбыт» и маркетинговый инструмент «распределение». Распределение – это процесс обслуживания целевых рынков, обеспечение доставки целевым потребителям товаров в нужное время и нужное место, организация перемещения в определенной последовательности товаров в процессе их продажи. Для этого формируются различные каналы распределения и проводится работа по их эффективному функционированию. Сбыт – это сам процесс продажи готовой продукции (сделки) по тем каналам, которые формирует маркетинг с учетом реальной рыночной ситуации (маркетинговая логистика).

ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» является крупнейшим производителем мучных кондитерских изделий в Беларуси. Предприятие выпускает сдобное, отсадное, сахарное, затяжное, диабетическое, овсяное, глазированное и декорированное кондитерской глазурью печенье, крекер, вафельный лист – всего более 300 наименований. Объемы производства и реализации продукции фабрикой приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Производство и реализация продукции ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч», млн. руб.

Показатели	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Производство	9 294	9 094	10 038,2	10 283,2	10 682
Реализация	9 135	9 208	10 275,0	9 963,8	10 940
в т.ч. экспорт, %	1,1	1,7	4,1	3,4	2,5

Анализируя данные таблицы 1 можно отметить, что начиная с 2008г. виден рост объемов производства и реализации продукции. Некоторое снижение данных показателей в 2006-2007гг. объясняется усилением импорта, в том числе «серого» со стороны российских и украинских производителей. С усилением государственной поддержки отечественного производства позиции фабрики на отечественном рынке усилились.

В настоящее время ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» имеет сильные конкурентные позиции. Однако активные действия конкурентов предполагают наличие четкой конкурентной стратегии фабрики для противостояния усиливающемуся давлению со стороны российских и украинских кондитеров.

Методика и содержание исследования. Для оценки перспектив развития рынка кондитерских изделий нами был проведен анкетный опрос 67 покупателей г. в г. Минске во время прохождения производственной практики. В результате исследования определены потребители мучных кондитерских изделий – все население Беларуси, без ограничения по полу и возрасту.

Анализ потребителей печенья выявил ряд наиболее общих закономерностей для всех групп потребителей. 42 % всех потребителей печенья покупают его постоянно (табл. 2). Часть населения покупает печенье спонтанно, а в других случаях, когда покупатель желает купить что-нибудь вкусное и увидел печенье, которого много в рознице.

Таблица 2 – Цели и частота покупки печенья

Частота и цели покупки	Структура, %
постоянно, чтобы было что-нибудь к чаю	42
когда очень желает	25
когда дети попросят	21
когда ждет гостей	6
когда собирается в гости	4
другое	2

В результате опроса потребителей определили, что более 70 % потребителей печенья готовы купить что-нибудь новое взамен привычных для них сортов печенья, в случае, если они не окажутся в магазине (таблица 3).

Таблица 3 – Ответы покупателей на вопрос «Желаете ли Вы купить что-нибудь вместо привычных для Вас сортов печенья, если они отсутствуют в магазине?»

Варианты ответов на вопрос	Структура, %
Возьмут что-нибудь взамен	78
Не возьмут ничего	20
Затруднились ответить	2

В ходе опроса также установлено, что наиболее часто покупатели покупают печенье в торговых точках возле дома (табл. 4). Так, 53 % опрошенных покупают печенье в продуктовых магазинах возле дома. В продовольственных магазинах возле места работы и супермаркетах в местах проживания покупатели печенье покупают 18% и 14% соответственно. Судя по этим данным, можно утверждать о том, что большинство потребителей покупают печенье в торговых точках, которые находятся недалеко от дома.

Таблица 4 – Места покупки печенья потребителями

Места покупки	Структура, %
Продовольственный магазин возле дома	53
Продовольственный магазин поблизости от работы	18
Супермаркет в районе проживания	14
Гипермаркет	5
Столовая, кафе	7
Другое	3

В беседе с покупателями дополнительно было выявлено, что многие потребители большое внимание уделяют тому, является ли покупаемое ими печенье белорусским или импортным. При этом большинство потребителей предпочитают покупать продукцию белорусских производителей, считая ее более качественной и безопасной. Около 50% покупают печенье к чаю и отдают предпочтение цене и внешнему виду продукции.

Полученные результаты. На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы.

1. Необходимо покупателям предлагать как привычные для них сорта печенья, так и разрабатывать новые. Также нужно больше уделять внимание созданию возможностей покупки всего ассортимента печенья в продовольственных магазинах возле дома.

2. Целесообразно рассмотреть возможность освоения новых сегментов рынка по мучной кондитерской продукции: офисное печенье, продукция к пиву, премиум-сегмент в подарочных коробках, перепозиционирования имеющейся продукции для увеличения объемов продаж и пр.

Павлова Наталья Александровна, студент 3 курса, Бобруйский филиал, Белорусский государственный экономический университет

Научный руководитель – Бабынина Г.М., доцент каф. маркетинга и учетно-финансовых дисциплин

Организация процесса ценообразования промышленным предприятием в современных условиях

Актуальность. Сегодня перед всеми коммерческими и многими некоммерческими организациями в качестве одной из основных встает проблема определения цены на свои товары и услуги. Уровень цен определяет ту выручку и доходы, которые могут быть получены в результате сделки по продаже товара. Действительность такова, что многие так пока и не осознали до конца, что же представляет собой процесс организации ценообразования. Здесь необходимо отметить роль маркетинга. Отечественные предприятия изучают цены, сложившиеся на рынке, в целях информационного обеспечения. Однако принятие цен для реализации возможности повышения рентабельности на сегодня является очень актуальным вопросом для многих предприятий.

Методика и содержание исследования. Традиционно главная задача управления прибылью состоит в наблюдении за процессами движения ресурсов, продуктов и финансовых средств относительно достижения результатов хозяйственной деятельности. В таблице 1 представлена взаимосвязь между объемом производства шин ОАО «Белшина» и затратами выраженных показателем производственного левериджа, от уровня которого зависит прибыль и финансовая устойчивость предприятия. Чем выше зона безопасности, чем ниже производственный леверидж, тем прочнее финансовые позиции предприятия.

Таблица 1 – Объем производства шин ОАО «Белшина»

Наименование	2006	2007	2008	2009	2010
Шины всего	3 563,4	4 792,4	4 938,4	5 130,9	5 028,3
Грузовые	741,3	920,5	1 021,5	1 052,2	1 031,2
Сельскохозяйственные	340,5	466,2	508,6	534,1	523,4
Легковые	2 481,6	3 405,7	3 408,3	3 544,6	3 473,7
Зона безопасности, %	59,1	54,2	28,4	11,2	11,5
Производственный леверидж	1,7	1,8	3,5	8,9	9,0
Рентабельность, %	32,2	20,6	6,0	2,6	3,3

Из таблицы 1 видно, что при увеличении объема производства шин у предприятия снижается процент зоны безопасности, падает уровень рентабельности. Основными факторами снижения прибыльности и деловой активности предприятия явились отказ от бюджетного управления, не качественная работа в области выработки ценовой политики. Одним из направлений увеличения прибыльности ОАО «Белшина» должен стать пересмотр процесса установления цен на реализуемую продукцию и выработки ценовой политики. Под инструментами ценовой политики предприятия мы будем понимать все те направления его деятельности, которые используются для установления цен и достижения целей ценовой политики. Инструменты ценовой политики связаны между собой, а потому их использование представляет собой определенную систему мер, требует координации и организации работы на предприятии. Ценовая политика должна быть ориентирована на определенные долгосрочные и краткосрочные цели, достигаемые с помощью различных инструментов и организационных решений. К сожалению, сотрудники отделов предприятия рассматривают цену с различных точек зрения. Бухгалтеры, финансисты рассматривают цену как инструмент покрытия производственных затрат и получения максимально возможной прибыли. Этим объясняется применение ОАО «Белшина» метода «затраты плюс» при установлении цен. Работники отдела сбыта рассматривают цену как средство заключения сделок с отдельными клиентами. Для них цена – прежде всего стратегический инструмент. Они предпочитают как можно большую свободу в области цен и хотят действовать на рынке более гибко посредством изменения цен. Установление цены – трудная задача, а потому данные, которыми обладают техники, сбытовики, исследователи рынка, производственные менеджеры, эксперты по финансам и бухучету, следует свести воедино. Цели ценообразования должны пониматься однозначно. Предприятию необходимо структурировать процесс ценообразования, выделить пять укрупненных этапов, в реализации которых принимают участие многие подразделения предприятия. Задача руководителя предприятия состоит в том, чтобы правильно организовать и регулировать этот процесс.

Полученные результаты. На предприятии необходимо структурировать процесс ценообразования, выделить на нем основные этапы работы и затем правильно и с рыночным подходом организовать этот процесс. На этапе анализа речь идет о подготовке, обработке информации о клиентах, конкурентах, издержках и стратегической ситуации, разработке конкурентных листов. Здесь очень высока потребность в информации и необходимость многочисленных расчетов, на обеспечение которых должны быть направлены управленческие организационные решения. На этапе установления цен производится обоснование и расчет всех видов каталожных цен с их возможной модификацией и дифференциацией, составление прайс-листов на все варианты продажи продукции. В этом процессе должны быть учтены все стратегические

и оперативно-тактические установки, принятые на предприятии для обоснования направления его ценовой политики. На этапе организации работы с ценами высшее руководство предприятия принимает по предыдущим этапам решение об уровне и структуре цен, а также вырабатывает все необходимые организационные решения по их реализации и контролю за их исполнением. Этап продвижения цен – наиболее рискованный и ответственный. Именно на этом этапе проверяется на практике эффективность разработанной на предприятии ценовой политики. Здесь подключается к процессу ценообразования реклама и переговоры о ценах. На данном этапе происходит установление реальных рыночных цен продаж для каждого крупного клиента, т.е. возникают транзакционные цены. Для успешной ценовой дифференциации предприятию необходимо соблюдать определенные условия, а именно разделить покупателей на основе их разной эластичности спроса по цене, причем сегменты рынка должны быть отделены друг от друга так, чтобы покупатели не могли перепродавать продукцию с одного сегмента, где цена ниже на другой, где цена выше. На конец, в процесс ценообразования включается этап контроллинга для анализа всей подготовленной в ходе продаж документации и реальных «лестниц» транзакционных цен, сопоставляются оценки покупателей с приоритетами, заложенными в процесс ценообразования на этапах разработки и принятия цен. Для контроллинга политика цен предприятия представляет «черный ящик», на входе и выходе которого – количественные параметры, получаемые с помощью системы управленческого учета. Контроллинг политики цен предусматривает планирование цены, изменение цен отдельных видов продукции для программы сбыта, анализ оборота, издержек и маржинальной прибыли по прямым и непрямым каналам сбыта, анализ и оценка выгоды клиентов и продуктов относительно получения маржинальной прибыли, проведение сравнительных расчетов затрат для альтернативных мероприятий по стимулированию продаж. Необходимы информационные системы для реализации контроля и управления процессом ценообразования.

Из кратко перечисленных этапов организации процесса ценообразования следует, что его реализация требует внесения коррективов. Встает задача определения исполнителей, ответственных за исполнение решений и реализацию различных этапов процесса ценообразования. Необходимо выявить иерархически соподчиненные функциональные звенья организационной структуры предприятия, которые необходимо интегрировать в процесс ценообразования, т.е. разработки, принятия и практической реализации ценовых решений. Правильное установление взаимоотношений отдела цен со всеми службами и подразделениями предприятия имеет большое значение для своевременного, обоснованного и точного формирования и определения цен. Это позволит интегрировать традиционное планирование, современный маркетинг, ценообразование и контроллинг в единую систему эффективного управления.

Панько Ольга Игоревна, студент 3 курса, Бобруйский филиал, Белорусский государственный экономический университет

Научный руководитель – Бабынина Г.М., доцент каф. маркетинга и учетно-финансовых дисциплин

Анализ чувственности прибыли к изменениям цены и структуры затрат

Актуальность. Лидером в современных условиях завоевания рынка является предприятие, которое берет за основной ориентир эффективное управление затратами с целью улучшения качества продукции, повышения конкурентоспособности, обеспечения стабильного финансового положения и получения высокой прибыли. Исследование зависимости изменений объемов произведенной продукции, расходов на ее производство, объемов доходов от продаж и прибыли является основой для анализа возможности работы предприятия без убытков. Насколько грамотно руководителем предприятия будет принято управленческое решение, которое касается затрат предприятия, цены, объема производства и реализации продукции, настолько устойчиво будет финансовое положение и финансовые результаты компании. При анализе работы предприятия, планировании его деятельности наиболее удобным и эффективным методом является анализ соотношения «затраты – объем – прибыль». Данный анализ позволяет руководителю выявить соотношения постоянных и переменных затрат, оптимизировать цену и объем продаж, подстраховаться от возможных рисков. Анализ безубыточности производства помогает подготовить финансовую информацию для принятия решений и контроля за уровнем затрат на предприятии, решений по установлению цены реализации продукции, по регулированию объемов реализации продукции. Цена – единственный элемент традиционного маркетинга, обеспечивающий продавцу реальный доход. Принятые решения относительно цен необходимо согласовывать с решениями по позиционированию товара, сбытовой политике, а также учитывать факторы, влияющие на принятие решений фирмой в области ценовой политики и ценообразования. Для того чтобы действия по наращиванию прибыли не привели к неожиданным результатам, необходимо рассчитать точно, сколько предприятие зарабатывает при реализации определенного объема продукции.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – расчет объема реализации, который должен обеспечивать требуемую величину прибыли при изменении цены или структуры затрат. Цель управления затратами заключается в том, чтобы наиболее эффективным способом определить цену, которая с одной стороны, устроила бы покупателя продукции, а с другой – способствовала бы получению желаемой прибыли предприятием-производителем. Когда затраты разделяются на переменные и постоянные, это дает возможность более углубленно провести управленческий анализ. Эффект операционного

рычага, измеряющего силу его воздействия на финансовый результат, определяют отношением темпов прироста прибыли от реализации продукции к темпам прироста объема продаж. Рассмотрим характер этих изменений на примере хлебозавода, который имеет следующие показатели: годовое производство батонов – 100 000 шт.; первоначальная цена одного батона – 1 460 руб./шт; средние переменные затраты – 920 руб./шт; постоянные затраты – 39 400 тыс. руб.; валовая маржа – 54 000 тыс. руб. Допустим, цена увеличилась на 10%. В этом случае важно знать, как изменится величина прибыли и каков должен быть объем реализации, чтобы сохранить прежний уровень прибыли.

Таблица 1- Анализ чувствительности показателей предприятия при увеличении цены на 10%.

Показатели	Первоначальные значения		При увеличении цены на 10%			
	тыс. руб	%	тыс. руб	%	тыс. руб	%
Цена	1,460		1,608		1,608	
Объем продаж, шт.	100 000		100 000		78 463	
Выручка от реализации	146 000	100	160 800	100	126 169	100
Переменные затраты	92 000	63	92 000	57,2	72 169	57,2
Валовая маржа	54 000	37	68 800	42,5	54 000	42,8
Постоянные затраты	39 400	27	39 400	24,5	39 400	31,2
Итого затраты	131 400	90	131 400	81,7	111 569	88,4
Прибыль	14 600	10	29 400	18,3	14 600	11,6
Рентабельность, %		11,1		22,4		13,1

Из таблицы 1 видно, что при увеличении цены и сохранении первоначальных объемов реализации прибыль увеличилась в два раза. Объем реализации необходимый для достижения прежней величины прибыли при повышении цены составит: $54\ 000:42,8 \times 100: 1,608 = 78\ 463$ батона.

Хлебозаводу в результате модернизации удалось снизить постоянные затраты на 10%. Тогда при первоначальном объеме реализации прибыль должна возрасти на 3 940 тыс. руб. и составит 18 540 тыс. руб. ($14\ 600 + 3\ 940$), а валовая маржа – 54 000 тыс. руб. Расчет, обеспечивающий увеличение валовой маржи за счет сокращения постоянных расходов, представлен в таблице 2.

Таблица 2- Анализ чувствительности предприятия при сокращении постоянных затрат на 10%.

Показатели	Первоначальные значения		Объем обеспечивающий			
			неизменную прибыль		увеличение вал. маржи	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
1	2	3	4	5	6	7
Цена	1,460		1,460	%	1,460	
Объем продаж, шт.	100 000		95 243		102 740	

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7
Выручка от реализации	146 000	100	139 055	100	150 000	100
Переменные затраты	92 000	63,0	87 624	63,0	94 521	63,0
Валовая маржа	54 000	36,0	50 060	36,0	55 479	37,0
Постоянные затраты	35 460	24,0	35 460	25,0	35 460	24,0
Итого затраты	127 460	90,0	123 084	88,0	129 981	87,0
Прибыль	18 540	10,0	15 971	12,0	20 019	13,0
Рентабельность, %		14,5		13,0		15,4

Влияние изменения объема реализации батонов проанализируем с помощью эффекта операционного рычага: $55479:35460=1,56$. Это означает, что если хлебозавод увеличит объем реализации на 10%, то выручка также возрастет на 10%, а прибыль с учетом действия операционного рычага возрастет на 15,6%. Руководству предприятия важно знать границы, в пределах которых можно изменять показатель. В начале исчисляем порог рентабельности и годовой критический объем продаж ($35\,460:36 \times 100 = 98\,500$ тыс. руб.) и далее запас финансовой прочности: $146\,000 - 98\,500 = 47\,500$ тыс. руб. или 32,5% к выручке.

Полученные результаты. Таким образом, повышение цены на 10% компенсирует сокращение объема реализации на 20,5% и увеличивает рентабельность реализованной продукции с 11,1 до 13,1%. Если изменяются постоянные затраты, то объем реализации, обеспечивающий желаемую величину прибыли, составит: $54000:36 \times 100 = 149\,444$ батона. Хлебозавод имеет запас финансовой прочности, позволяющий ему оперировать факторами, влияющими на ее величину. В данном случае руководство хлебозавода должно сосредоточить внимание на ценовой политике и снижении затрат, которые более всего оказывают влияние на получаемую массу прибыли. Подобный управленческий анализ позволяет предприятию вовремя определить свои слабые стороны, чтобы избежать убытков, подобрать для производства более подходящую и рентабельную продукцию, спланировать работу производства так, чтобы предприятие было прибыльным.

Петрова Дарья Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Фрейдин М.З., канд. экон. наук, профессор, зав. каф. агробизнеса

Основные направления повышения эффективности производства и сбыта молочной продукции в Республике Беларусь

Актуальность. Повышение эффективности молочного производства предполагает использование достижений научно-технического прогресса, внедрение интенсивных технологий, рациональных форм организации производства, труда и управления. Их воздействие осуществляется на разных уровнях, с разной степенью интенсивности и силой,

различной направленностью. Системный подход к анализу производственно-хозяйственной деятельности предприятий требует классификации и упорядочения резервов производства и определения роли каждого из них в достижении экономического эффекта.

Методика и содержание исследования. Молочная отрасль в целом Республике Беларусь является одним из приоритетных направлений развития экономики, что подтверждается постоянной поддержкой данного сектора из государственного бюджета и путем предоставления льготных кредитов предприятиям отрасли. В 3-ем квартале 2010 года был принят Указ Президента Республики Беларусь № 480 «О некоторых вопросах развития молочной отрасли», в рамках которого была утверждена Республиканская программа развития молочной отрасли на 2010-2015 гг.

Перед молочной отраслью Беларуси стоит задача увеличить численность поголовья коров в 2015 году до 1,6 млн. голов, (на 21% больше по сравнению с 2010 годом). Поставки молочного сырья перерабатывающим организациям возрастут до 9 млн. т (на 74,7%). Благодаря реализации программы планируется снизить сезонность производства молока и его поставок на перерабатывающие предприятия. Колебания между минимальным и максимальным месячным производством в 2015 году должны составить не более 20%.

В 2015 году производственные мощности по переработке молока достигнут 9,2 млн. т в год, в том числе по выпуску сыров - 203 тыс. т, масла - 180 тыс. т, сухих молочных продуктов (жирного и обезжиренного сухого молока, сухой сыворотки) - 300 тыс. т, цельномолочной продукции в пересчете на молоко - 2 млн. т (в том числе продукции для детского питания - 43 тыс. т).

По результатам реализации программы внутренний рынок потребления молочных продуктов будет полностью удовлетворяться за счет собственного производства. В 2015 году 41% молочной продукции предусматривается реализовать на внутреннем рынке, 59% - экспортировать. Экспортные объемы молочной продукции в финансовом выражении возрастут до \$2,65 млрд. (в 2009 году они составляли \$1 млрд.).

Наращивание сырьевой базы и производственных мощностей в молочной отрасли Беларуси приведет к значительному увеличению производства молока и молочной продукции. В то же время, потребление продукции молочной отрасли на внутреннем рынке Беларуси постоянно снижается, что вместе с прогнозными показателями программы развития молочной отрасли будет вынуждать белорусские молокоперерабатывающие предприятия увеличивать экспорт продукции.

Стратегическим внешним рынком сбыта для белорусской молочной продукции является Россия. Однако, согласно заявлениям правительства России, к концу 2012 года планируется осуществить строительство новых молочно-товарных ферм для обеспечения сырьем всех молокоперерабатывающих заводов страны и снижения импорта моло-

ка до 2%. Тем не менее, в 2010 году в России, как и в Беларуси, произошла засуха кормового сырья, что вызвало рост цен на молоко и молочную продукцию в России. В Беларуси значительного увеличения цен не произошло, что связано с тем, что в основную долю молока производят крупные сельхозпредприятия, которые в основном обеспечены двухлетними запасами кормов. В России около 50% молока приходится на долю мелкотоварных производителей, у которых нет возможности иметь такие запасы. Кроме того, на внутреннем рынке молочно наблюдался рост потребления – 13% за 1-ое полугодие 2011 года. Таким образом, с целью нормализации уровня цен на рынке и удовлетворения потребительского спроса правительство России приняло решение не отказываться от импорта молока и молочной продукции из Беларуси.

Однако, рассматривая внешнеторговые отношения России и Беларуси в рамках таможенного союза, стоит отметить, что в настоящий момент уже унифицированы технические барьеры юридических лиц стран-участниц. Это означает, что одной из стран союза ветеринарный сертификат на продукцию, произведенную в таможенном союзе, будет действителен во всех государствах-членах.

Полученные результаты. Для расширения рынков сбыта, международной молочной кооперации, а также с целью диверсифицировать экспорт белорусских молочных продуктов, предложено ввести специальную квоту для наращивания экспорта этих продуктов в третьи страны. Межправительственной рабочей группой России и Беларуси было принято решение о создании по одной уполномоченной компании оператору от каждой области Республики Беларусь. Таким образом, весь экспорт молочной продукции из Беларуси в Россию будет осуществляться только уполномоченными компаниями, перечень которых будет утвержден и представлен в ближайшее время.

Белорусские молокоперерабатывающие предприятия стремятся выходить на новые рынки, улучшая качество своей продукции, модернизируя производство, экспортируя собственную продукцию в страны Западной Европы, Азии, Латинской Америки.

Таким образом, повышение эффективности производства и сбыта молочной продукции предполагает использование достижений научно-технического прогресса, внедрение интенсивных технологий, рациональных форм организации производства, труда и управления.

Пинчук Ольга Дмитриевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Редько В.Н., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. маркетинга

Реклама как составной элемент комплекса маркетинга

Актуальность. Реклама является уникальным средством информатизации общества, выступая в качестве инструмента маркетинга, уста-

навливающего и поддерживающего коммуникации между предприятиями, с одной стороны, и потребителями этих услуг, с другой.

Эффективность рекламы зависит от правильного применения соответствующих форм и средств воздействия на потребителя, что в свою очередь требует от специалиста комплекса знаний, умений и навыков.

Методика и содержание исследования. Цель исследования заключается в изучении основ рекламной деятельности и разработке предложений по оценке ее эффективности.

Значимость и роль рекламной деятельности в современных рыночных условиях неуклонно возрастает вследствие протекания все большей насыщенности рынков различными товарами, форм и методов конкуренции и все большего разнообразия потребностей потребителей, и других факторов.

Применяемые в современных условиях средства рекламы разнообразны и технически совершенны, имеют сложную классификацию по назначению, месту применения, характеру использования, степени эмоционального и психологического воздействия на людей. Поэтому в свою очередь необходимо определить, в какой степени реклама несет тот или иной перечень информации для рекламируемого объекта и какие поставлены перед ней цели. Выделяют следующие:

- довести до сведения потенциальных покупателей, что такой-то товар, такая-то марка существует; что они имеют такие-то характеристики, что их можно найти в таком-то месте, по такой-то цене и т. д.;
- заставить думать о приобретении этого товара или торговой марки, приводя доводы в пользу такого приобретения;
- заставить желать этот товар/торговую марку, побудив мечтать о нем, мысленно представляя его.

Абсолютно точно определить эффективность отдельных средств рекламы, рекламной кампании в большинстве случаев не представляется возможным. Однако и приблизительные подсчеты оправдывают себя.

Экономическую эффективность рекламы чаще всего определяют путем измерения ее влияния на развитие товарооборота. Наиболее точно установить, какой эффект дала реклама, можно лишь в том случае, если увеличение сбыта товара происходит немедленно после воздействия рекламы. Это наиболее вероятно в случаях рекламирования новых товаров повседневного спроса.

Полученные результаты. Исходя из вышеизложенного, можно сказать, что реклама является важным средством донесения до потребителей информации, которая связана с продвижением товара. В любом случае реклама всегда хороша, если выполнена качественно и вызывает интерес у потребителей.

Реклама, с одной стороны, доводит до потребителей сведения, необходимые для покупки и использования товаров. С другой – сочетая свою информационность с убедительностью, оказывает на человека

эмоционально-психическое воздействие. Из этого можно заключить, что сама по себе реклама – одновременно и работа, и искусство.

Притульчик Инна Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Артёмко С.И., ст. преподаватель каф. маркетинга

Анализ ассортиментной политики ОАО «Пружанский молокоперерабатывающий комбинат»

Актуальность. На территории Республики Беларусь действует 43 молокоперерабатывающих предприятия. Основной задачей молочной отрасли является обеспечение населения качественной молочной продукцией в таком ассортименте и количестве, которые бы полностью удовлетворяли потребностям потребителей. От того, насколько правильно разработана ассортиментная политика, зависят конечные результаты деятельности молокоперерабатывающих предприятий и степень удовлетворенности потребителей ею.

Методика и содержание исследования. С целью изучения ассортимента ОАО «Пружанский молокоперерабатывающий комбинат» был проведен анализ по следующим критериям: широта, насыщенность, глубина, гармоничность, структура ассортимента. Период исследования 2006 г. и 2011 г. Для исследования были использованы методы анализа и синтеза, абстрактно-логический, сравнительный.

Полученные результаты. В настоящее время основными видами деятельности предприятия является переработка молока и производство молочной продукции. Годовая мощность ОАО «Пружанский молочный комбинат» составляет: сыр сычужный – 7 000 тонн в год, масло коровье – 1 400 тонн в год, сухое обезжиренное молоко – 1 000 тонн в год, сухая подсырная сыворотка – 1 400 тонн в год.

Молочная продукция предприятия реализуется под товарным знаком «Щедрая масленица» с рекламным слоганом «В славянских традициях!». Цвет упаковки каждого вида товара свой. Например, упаковка для молока в синих тонах, кефира — в фиолетовых.

Комбинат становился лауреатом областного конкурса «Качество», награждался знаком почёта «Лидер национальной экономики», продукция (масло крестьянское) признавалась лучшей в стране. Сыры твердые «Российский молодой», «Сливочный», «Пружанский», масло «Крестьянское» и сухая подсырная сыворотка принимали участие в республиканском конкурсе «Лучшая продукция года 2011» и были отмечены дипломами победителей.

В основе формирования ассортиментной политики предприятия лежит принцип – «изготавливать те изделия, которые пользуются спросом и быстро реализуются».

Анализ структуры ассортимента выпускаемой продукции показывает, что доминирующей группой предприятия является производство

сыров полутвердых (75,6%) и масла животного – (11,9%). Немаловажным направлением работы предприятия является производство сухих продуктов: сухой подсырной сыворотки (5,9 %) и сухого обезжиренного молока (4,8 % в общем объеме).

В ОАО «Пружанский молочный комбинат» постоянно ведется работа по расширению ассортимента продукции на основе изучения потребительского спроса. Обо всех новинках предприятие сообщает на страницах сайта предприятия (<http://www.prjmilk.by/>).

В 2006 год ассортимент предприятия был представлен 10 ассортиментными группами, в 2011 год - 6 ассортиментными группами (таблица 1).

Таблица – Основные показатели ассортимента

Виды продукции	2006 г.		2011 г.		Коэффициент глубины
	Насыщенность	Глубина	Насыщенность	Глубина	
	базовая		действительная		
Масло	4	5	1	3	0,6
Сыры твердые	6	11	13	20	1,8
Сыр диетический	-	-	1	1	-
Творог	3	5	1	1	0,2
СОМ	2	2	1	1	0,5
Молоко	6	7	-	-	-
Кефир	2	4	-	-	-
Йогурт	1	1	-	-	-
Вино	2	2	-	-	-
Сметана	3	6	-	-	-
Пахта	1	1	-	-	-
Сыворотка сухая подсырная	-	-	1	1	-
Средняя насыщенность	3	-	3	-	-

Таким образом, широта ассортимента в 2011 году относительно 2006 года снизилась. С одной стороны, чем шире ассортимент, тем более разнообразные потребности могут быть удовлетворены. С другой стороны, при сверхвысокой широте ассортимента потребителю трудно ориентироваться в многообразии товаров, что затрудняет выбор. Производителю же для производства разнообразных групп товаров требуются большие закупки сырья, расширение производственных мощностей, разработка новых видов упаковки и маркировки.

Полнота ассортимента предприятия также уменьшилась (коэффициент полноты составляет $27/30=0,9$). Оптимальное уменьшение полноты ассортимента облегчает выбор покупателя.

Более полно представлен видовой ассортимент по сырам твердым. Коэффициент глубины составил 1,8.

На основе анализа документальных данных о реализации различных товаров можно сделать вывод, что устойчивым спросом пользуются почти вся продукция предприятия, т.к. коэффициент устойчивости составляет 0,73-0,95 в зависимости от вида продукции. Устойчивость ассортимента свидетельствует о постоянных предпочтениях потребителей, которые могут быть объяснены постоянством вкусов, привычкой, ценовыми факторами.

Ассортимент продукции ОАО «Пружанский молокоперерабатывающий комбинат» можно назвать гармоничным, так как предприятие является узкоспециализированным, производимая продукция характеризуется высокой степенью близости по обеспечению рационального производства, реализации и потребления.

Таким образом, грамотно разработанная ассортиментная политика ОАО «Пружанский молокоперерабатывающий комбинат» на современном этапе позволяет предприятию улучшать конечные результаты своей работы. В первую очередь предприятие увеличивает производства тех ассортиментных групп, для которых характерны такие показатели, как большой объем реализации, высокий уровень получения выручки от реализации и прибыли.

Пучкова Юлия Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Васильев В.В., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса

Тенденции современного развития хлебопекарной промышленности

Актуальность. На современном этапе перехода к рыночным отношениям в Беларуси растет конкуренция на рынке продуктов питания. В связи с этим выявление тенденций развития хлебопекарной отрасли достаточно актуально для повышения конкурентоспособности белорусской пищевой промышленности на внутреннем рынке.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – изучить состояние хлебопекарной промышленности для определения тенденций ее развития. Используются методы анализа и синтеза, сравнительный, абстрактно-логический.

Основу хлебопекарной промышленности Беларуси составляют предприятия Департамента по хлебопродуктам Министерства сельского хозяйства и продовольствия РБ (далее Департамента). В состав хлебопекарной промышленности Республики Беларусь в ее состав входит 57 хлебозаводов Департамента по хлебопродуктам Республики Беларусь, 7 столичных хлебозаводов, 78 хлебопекарных предприятий и 5 мини-пекарней Белкоопсоюза, а также частные и совместные предприятия, предприятия Минпрома, Белорусской железной дороги, МВД, концернов «Белгоспищепром» и «Белнефтехим» и др. Хлебопекарные предприятия системы Департамента хлебопродуктов вырабатывают

75% хлеба и хлебобулочных изделий от общего производства в республике, обеспечивают своей продукцией свыше 7 млн. человек.

Белорусскими хлебозаводами вырабатывается широкий ассортимент продукции, в том числе: хлеба - 177 наименований, булочных - 485, сахарных - 80, бараночных - 75, кондитерских - 842, макаронных изделий - 18 и 22 наименования безалкогольных напитков. В 2010 году подведомственные предприятия Департамента обеспечили объемы производства товарной продукции в сопоставимых ценах на уровне 107,7 % при задании 107,2 %. Вместе с тем не удалось избежать падения объемов производства хлебобулочных изделий, произведено 336,2 тыс. т, или 96,7 % к уровню 2009 года, из них заварных хлебов 114,6 тыс. т (темп 99,8 %). Суточная норма хлеба, рекомендованная Минздравом Республики Беларусь для потребления, составляет 230-280 г, что обеспечивает организм человека витаминами группы В на 10-40%.

Продукция хлебопекарной промышленности является важной составной частью внешней торговли. В 2010 году экспорт хлебобулочных и кондитерских изделий составил 1,136 млн. \$, или 117 % к уровню 2009 года. Продукция в основном направляется в ближайшие российские регионы - Смоленскую, Брянскую, Орловскую, Костромскую, Нижегородскую, Московскую и Ленинградскую области.

Полученные результаты. В настоящее время предприятия хлебопекарной промышленности Республики Беларусь работают в условиях возрастающей конкуренции. Кроме того изменения потребительских предприятий приводят к снижению объема потребления хлеба, хлебобулочных изделий. Все это вызывает необходимость активизации коммерческих усилий по формированию спроса и стимулированию сбыта, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

*Радькова Юлия Петровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Жук Н.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса*

Анализ и направления совершенствования ассортимента продукции

Актуальность. Ассортиментная политика - одно из самых главных направлений деятельности маркетинга каждого предприятия. При правильном выборе ассортиментной политики предприятия будет максимальным образом удовлетворяться спрос его потребителей, и в конечном итоге предприятие будет рентабельным.

Методика и содержание исследования. Объектом исследования было выбрано ОАО «Молочные горки», отрасль – молочная промышленность. Основной вид деятельности общества – переработка молока. Цель исследования – совершенствование ассортиментной политики предприятия ОАО «Молочные горки» на основе внедрения нового вида продукции.

В начале исследований нами были рассчитаны основные показатели ассортимента ОАО «Молочные горки» в динамике за 2009 – 2010 гг., которые приведены в таблице 1.

Таблица 1- Основные показатели ассортимента

Показатели	2009 г.	2010 г.	2010 г. в % к 2009 г.
Глубина ассортимента	30	26	86,7
Ширина ассортимента	6	6	100
Минимальный показатель глубины ассортимента	1	1	100
Максимальный показатель глубины ассортимента	14	12	85,7
Коэффициент глубины ассортимента			
- цельномолочная продукция	1,0	0,9	90
- сыры жирные твердые	1,0	0,7	70
- масло животное	1,0	1,0	100
Коэффициент ширины ассортимента	0,6	0,6	100

Более полным анализом ассортимента является ABC – анализ, который был проведен для продукции ОАО «Молочные горки» за 2010 год (таблицы 2 и 3).

Таблица 2 – ABC – анализ молочной продукции

Наименование продукции	Объем выручки, млн. руб.	% объ- ема вы- ручки	% накопи- тельным итогом	Группа
Цельномолочная продукция	19759	40,2	40,2	А
Масло животное	12411	25,3	65,5	В
Сыры жирные	11544	23,5	89	С
Нежирная продукция	3101	6,3	95,3	С
Казеин	1916	3,9	99,2	С
Прочая продукция	367	0,7	100	С

Таблица 3 – Итоговой ABC – анализ молочной продукции

Группа	Объем выручки, млн. руб.	% объема выручки	Количество то- варных групп, ед.	% товарных групп
А	19759	40,2	1	16,7
В	12411	25,3	1	16,7
С	16928	34,5	4	66,6
Итого	49098	100	6	100

Таким образом, продукция группы А, цельномолочная продукция (молоко, сметана, творог) – требует особого внимания. Цельномолочная продукция имеет самый большой показатель глубины ассортимента.

та. Продукция группы В, масло животное – нуждается в постоянном изучении. Продукция группы С: сыры, нежирная продукция, казеин – требует дополнительного анализа и совершенствования.

Полученные результаты. С целью развития ассортимента предлагается создание нового вида продукции – мороженого. Планируется осуществлять выпуск ванильного мороженого в упаковке флоу-пак массой 1 кг.

Были рассчитаны затраты на сырье на 1 тонну продукции. (молоко цельное, сливки, сахар, СОМ, ванилин, масло), комплектующие изделия (пленка для упаковки), которые составили 13,1 млн. руб..

Для производства продукции было выбрано оборудование: автоматическая линия по производству мороженого М60ЛД; горизонтальная упаковочная машина DSWB-250В, т.к. оно соответствует всем требуемым параметрам и имеет большую производительную мощность.

Таким образом, предлагаемый рынку ассортимент ОАО «Молочные горки» достаточно полный и глубокий, но его следует обновлять и вводить новые продукты, которые составят конкуренцию другим производителям не только на внутреннем рынке, но и за его пределами.

*Раманова Наталья Валерьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Краснова Л.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса*

Оценка конкурентоспособности продукции Мстиславского хлебозавода

Актуальность. Конкуренция стала неотъемлемой частью рыночной среды и является необходимым условием развития предпринимательской деятельности. С переходом Беларуси на рыночные методы хозяйствования роль конкуренции в экономической жизни общества значительно возросла.

Методика и содержание исследования. В ходе исследования были опрошены 43,3% мужчин и 56,7% женщин в возрасте от 18 до 65 лет города Мстиславля и Мстиславского района

Полученные результаты. Благодаря анализу данных, полученных в ходе исследования можно отметить, что потребители приобретают хлебобулочные изделия реже, но в большем объеме, а вот кондитерские, наоборот, чаще и в меньших объемах. Также необходимо отметить, что респонденты отдают предпочтение хлебобулочной и кондитерской продукции Мстиславского хлебозавода (100%). Это означает, что продукция Мстиславского хлебозавода может конкурировать с хлебобулочной и кондитерской продукцией, таких заводов как РУПП «Могилевхлебпром» и ОАО «Красный пищевик». Респондентам было предложено оценить качество хлебобулочных и кондитерских изделий. Результат оценки показал, что потребители на 70 % удовлетворены качеством продукции нашего предприятия. Что касается разнообразия хлебобулочных и кондитерских изделий, производимых Мсти-

славским хлебозаводом, то 33,3% респондентов устраивает предлагаемый ассортимент хлебобулочных изделий. Остальные 76,7% считают, что по товарной группе «кондитерские изделия» ассортимент производимой заводом продукции достаточно широк, а по «хлебу и хлебобулочным изделиям» опрошенные респонденты утверждают, что ассортимент необходимо расширить.

В итоге проведенных исследований установлено:

1. Комплексный показатель конкурентоспособности показал: что хлебобулочная продукция Мстиславского хлебозавода более конкурентоспособна, чем аналогичная продукция РУП «Могилевхлебпром»;

2. Жители города Мстиславля и Мстиславского района в целом довольны качеством выпускаемой продукции, но для достижения 100% удовлетворенности им не хватает разнообразия ассортимента, на что и следует обратить внимание руководству предприятия;

3. Сочетание полученных выводов на практике поможет стать продукции завода более конкурентоспособной для экспорта.

*Ризванова Нигора Розиевна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Любецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Исследование ассортиментной стратегии предприятия

Актуальность. Проблемы формирования ассортиментной политики связано с большим предложением товаров на рынке, с растущими потребностями покупателей и возрастанием неценовой конкуренции. Предприятие, занимающееся реализацией продукции, должно уделять не меньшее внимание ассортименту продукции, как и качеству. Ассортиментная политика на предприятии должна стать одной из главных составляющих всей политики предприятия. Только в этом случае предприятие может улучшить свои экономические показатели и быть конкурентоспособным.

Методика и содержание исследования. Целью работы является разработка рекомендаций по совершенствованию ассортиментной политики «Комбинат кооперативной промышленности» РТП г.п. Круглое ЧУП «Могилевская межрайбаза» с учетом потребностей рынка и возможностей предприятия. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить сущность и значение ассортиментной политики предприятия;
- рассмотреть теоретические подходы к классификации ассортимента;
- изучить состояние рынка хлебобулочных и кондитерских изделий в Республике Беларусь;
- оценить текущее состояние «Комбинат кооперативной промышленности» РТП г.п. Круглое ЧУП «Могилевская межрайбаза»;

- разработать рекомендации по совершенствованию ассортиментной политики предприятия.

При написании работы использовались следующие методы: ABC-анализ, XYZ-анализ, матрица BCG,

Полученные результаты. Матрица BCG дает возможность наглядного представления о позициях фирмы на рынке. К числу ее достоинств относятся также универсальность применения и возможность модернизации при решении практических проблем. Точное знание места расположения товаров в матрице позволяет оценить перспективы их сбыта. Матрица «рост объема продаж – рентабельность» (BCG) позволяет классифицировать каждый из товаров по его доле на рынке относительно основных конкурентов и темпам роста продаж. Матрица образована двумя показателями: рост объема продаж и относительная доля на рынке, занимаемая фирмой.

Однако матрица, предложенная Бостонской консалтинговой группой, не учитывает рентабельность производимой продукции, т.к. в западной рыночной экономике производством нерентабельной продукции никто не будет заниматься. Для экономики Республики Беларусь матрицу необходимо уточнить и откорректировать с учетом рентабельности (рисунок 1). Исходные данные для построения предложенной матрицы отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Данные для матрицы «Рост объема продаж – рентабельность», 2011 г.

Продукция	Темп роста объема реализации, %	Рентабельность, %
Хлеб	41,5	8,9
Сдобные изделия	12,9	9,3
Булочные изделия	24,5	2,2
Сухарные изделия	0,0	0,0
Кондитерские изделия	-26,9	-6,4
Пироги	-36,4	-2,1

На основе матрицы Бостонской консалтинговой группы можно расположить товары в матрице следующим образом:



Рисунок 1 – Модифицированная матрица BCG

В результате получили следующие результаты. Для категории товаров «Звёзды» – характерен быстрый рост рынка и высокая доля предприятия на рынке, это товары лидеры. Благодаря своей конкурентоспособности могут давать значительную прибыль. В нашем случае «Звёздами» являются хлеб, булочные изделия и сдобные изделия.

«Дойные коровы» – виды бизнеса или товары с низкими темпами роста, но имеющие высокую долю на рынке. Они обеспечивают большую долю денежных средств, чем это необходимо для их сохранения. Они являются источником финансовых ресурсов для быстро растущих видов деятельности или «звёзд».

«Трудные дети» – это виды бизнеса с низкой долей на быстро растущих рынках, товары этой группы требуют значительных средств на поддержание роста.

«Собаки» – это виды бизнеса или товара с низкой долей на рынках и с невысокими темпами роста. Самая не приятная позиция на рынке. Обычно эти товары находятся в не выгодном положении по издержкам и поэтому имеют мало надежды на увеличение доли рынка. Сохранение таких товаров ведёт к значительным финансовым расходам при не больших шансах на улучшение. Сюда попали пироги и кондитерские изделия.

После определения места товаров в системе координат «Рост объема продаж – рентабельность» необходимо выбрать стратегию для каждой из товарных групп.

В области ассортиментной политики можно предложить *стратегию товарной дифференциации* – достижение предприятием особого положения своих товаров на рынке. Товары отличаются от товаров-конкурентов специфическими потребительскими свойствами, очень высоким качеством, имеют технологические преимущества.

Для ценовой политики можно предложить *стратегию горизонтальной ценовой дифференциации* – установление на один и тот же продукт различного уровня цен для разных групп потребителей, т.е. сегментирование рынка по продуктовым и потребительским критериям.

В области сбытовой политики можно предложить *стратегию интерактивного распределения*, т.е. канал сбыта и маркетинговая коммуникация создается самим потребителем. Посреднические функции берет на себя потребитель.

Для коммуникационной политики предлагаю *стратегию «протягивания»*. Все усилия концентрируются на конечном спросе, минуя посредников. Стратегия направлена на создание благоприятного отношения к товару на уровне конечного спроса, с тем, чтобы в идеале конечный пользователь требовал этот товар от посредника и тем самым побуждал его к торговле данным товаром.

*Рябченко Валентина Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Лубецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Исследование маркетинговых мероприятий, стимулирующих сбыт товаров в магазинах Горецкого РайПО

Актуальность. Сегодня современные потребители скептически относятся ко многим инициативам специалистов по маркетингу, поэтому привлечь и удержать покупательский интерес к какому-либо виду товаров довольно сложно. Крайняя информационная насыщенность определяет необходимость серьезной борьбы за привлечение и удержание внимания потребителя, убеждение потребителя в привлекательности и выгодности конкретного товара. В настоящее время, чтобы обеспечить успешную продажу товара или услуги, компании необходимо сделать больше, чем просто следить за его отличным качеством, установив на него самую низкую цену, или просто разместить товар наилучшим образом на полках магазинов. Компания должна продавать свои товары, сопровождая их оригинальными, информативными и привлекательными обращениями, которые убеждали бы в соответствии этих товаров потребностям и желаниям потребителей.

Методика и содержание исследования. В выполненной нами научной работе была поставлена цель – анализ коммуникационной политики РайПО и разработка предложений по ее совершенствованию. Объектом исследования выступило Горецкое РайПО. Полевой этап маркетингового исследования составил 14 дней. В качестве метода сбора информации использовано выборочное наблюдение с непосредственным участием наблюдателя без привлечения аппаратуры. При подготовке к наблюдению определены 15 объектов розничной торговли, из них 9 принадлежат Горецкому РайПО (№32, №6, №7, №10 «Кедр», «Каштан», «Калина», «Березка»), и 6 – магазины других

компаний («Евроопт», «Белмаркет», «Кристина», «Диана», «Молочные горки» и «Молочные берега»). Наблюдение проводилось по 11 критериям (вывеска, коммуникации на торговом оборудовании, наличие фирменных плакатов, диспенсеров, воблеров, рекламных щитов, коммуникации продавцов, вид выкладки товаров, а также другие отметки). Для анализа показателей коммуникационной деятельности предприятия были использованы его плановые и фактические данные, методические разработки по проведению анализа, и рекомендации по организации стимулирования коммуникационной политики предприятия, а также фактические данные, собранные в ходе наблюдения. Эффективность применения скидок была проанализирована на продовольственной группе товаров. Собрав информацию о товарообороте и ценах по отдельным категориям товаров в активный (во время действия скидок) и предшествующий периоды, выполнен расчет эффективности (изменение объема продаж за период акции, изменение удельного веса прибыли в товарообороте, рентабельность продаж). Анализ результативности применения скидок Горецким РайПО показал, что в торговле исследуемого объекта недостаточно эффективно работает система планирования мероприятий по стимулированию сбыта. По подавляющему числу товарных категорий, в отношении реализации которых использовались мероприятия по стимулированию сбыта объем выручки снизился в месяц действия акции, по сравнению с объемом выручки в предшествующий акции месяц. Только по таким товарным позициям как «Полуфабрикаты из мяса птицы» и «Пиво «Крыница» классическая, 1,5 л» выручка увеличилась соответственно в 3,2 и в 1,15 раза. Самый большой недобор выручки пришелся на товарную позицию «Шампанское», по которому в месяц действия акции выручка снизилась почти в 3 раза. Вместе с тем, нельзя однозначно утверждать, что проведенные Горецким райпо мероприятия неэффективны или малоэффективны, так как общий товарооборот магазинов, в которых проводились акции, в большинстве анализируемых периодов превышал уровень товарооборота данного периода в предыдущие годы. Исходя из ниже приведенных данных необходимо сделать вывод о том, что для повышения эффективности плановых и фактических показателей деятельности руководству предприятия необходимо эффективно и правильно планировать свои действия в области коммуникационной политики.

Полученные результаты. В своей маркетинговой политике Горецкое РайПО достаточно интенсивно использует такие инструменты маркетинговых коммуникаций, как мероприятия по стимулированию сбыта и использование рекламы в местах продаж. Недостатки в разработке стратегии по реализации маркетинговых коммуникаций заключаются в её неструктурированности и бессистемности. Разработка и проведение всех маркетинговых мероприятий основываются больше на собственном опыте и интуиции руководства, а не на конкретных данных, полученных путём маркетинговых исследований. В связи с

чем, был представлен ряд рекомендаций по формированию полноценного отдела маркетинга, основные функции которого, заключались бы в проведении маркетинговых исследований, управлении торговым предложением и мерчендайзингом. Кроме того, был выдвинут ряд предложений по увеличению эффективности размещения рекламы и по усовершенствованию методов использования инструментов маркетинговых коммуникаций.

Таким образом, в научной работе были выполнены поставленные задачи, достигнута поставленная цель – разработаны рекомендации, связанные с организацией системы маркетинговых коммуникаций на предприятии.

*Свирковская Елена Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Любецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Роль стимулирования сбыта в комплексе продвижения

Актуальность. Актуальность выбранной темы в современных рыночных отношениях достаточно велика. На современном этапе перехода к рыночным отношениям в нашей стране стимулирование сбыта продукции начинает играть важную роль для успешной деятельности любого предприятия. Возросшая конкуренция вынуждает изготовителей идти на все большие уступки потребителям и посредникам в сбыте своей продукции с помощью стимулирования. Кроме того, объективным фактором возрастания роли стимулирования является то, что эффективность рекламы снижается из-за растущих издержек и рекламной тесноты в средствах массовой информации. Поэтому все большее число предприятий прибегает к стимулированию сбыта, как к средству, которое может эффективно поддержать рекламную кампанию.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – изучение стимулирования сбыта в современной экономике. Понимание значимости и необходимости применения стимулирующих мер для современных организаций.

В течение последних двух десятилетий сфера продвижения активно развивается. За десять лет стимулирование сбыта получило заслуженное признание, образовав основу коммуникационных технологий, узаконенных и регламентированных, подчиненных контролю и возглавляемых специалистами.

Стимулирование сбыта – это многообразные средства кратковременного воздействия (купоны, премии, конкурсы, зачёты за покупку), которые призваны стимулировать потребительские рынки, сферу торговли и собственный торговый персонал фирмы. Деятельность по стимулированию сбыта предполагает постановку задач, выбор средств стимулирования, разработку, предварительное апробацию и претворение в жизнь соответствующей программы, а также оценку достигнутых результатов.

При разработке программы стимулирования сбыта выделяют два главных вопроса – кого необходимо стимулировать и какими способами следует делать это. Мероприятия по стимулированию требуют огромной изобретательности. Маркетологам необходимо отвлекаться от вопросов, связанных с ценовой политикой, и сконцентрировать внимание на тех мероприятиях, которые увеличивают добавленную стоимость марки. Мероприятия по стимулированию можно рассматривать как рекламу, но они отличаются гораздо большей гибкостью. Такие мероприятия необходимо испытывать на небольших сегментах рынка и оценивать количественно. Правильное их проведение способствует развитию торговой марки, хотя и ведет к сокращению краткосрочной прибыли.

Главной задачей стимулирования является воздействие на потребителя и упрощение процесса продажи. Но прежде, чем дойти до предполагаемого адресата, оно должно быть принято и хорошо представлено торговой сетью. Отсюда возникает необходимость постоянного проведения специальных операций по мотивации и стимулированию торговой сети. Для более успешного сбыта своей продукции предприятию-изготовителю необходимо также стимулировать свой собственный торговый персонал. Стимулирование сбыта подкрепляет, но не заменяет рекламу, персональную продажу и создание общественного мнения.

Фирма может воспользоваться широким кругом средств стимулирования сбыта: прямые почтовые отправления, торговые выставки и демонстрации, размещение рекламы, печатные и аудиовизуальные средства, витрины в магазинах, деловые встречи и совещания, оплата купонов. Выбор форм стимулирования сбыта должен базироваться на таких факторах, как образ и цели компании, издержки, требования по участию и энтузиазм участников каналов сбыта или конечных потребителей. Крайне важно, чтобы деятельность по стимулированию сбыта хорошо координировалась с другими элементами продвижения. Особо важно увязать планы рекламы и стимулирования сбыта. Стимулирование сбыта должно также увязываться с деятельностью участников каналов сбыта.

Оценка успеха или неудачи многих форм стимулирования сбыта достаточно проста, поскольку они тесно связаны с показателями деятельности или сбытом. Анализируя данные до и после, легко определить полезность стимулирования.

Стимулирование сбыта включает в себя широкий спектр средств, призванных вызвать более быструю или более сильную ответную реакцию со стороны рынка. Оно может быть направлено на три уровня дистрибуторской цепи - потребитель, оптовый или розничный торговец, отдел сбыта компании. Инструментами для стимулирования сферы торговли фирмы пользуются тогда, когда их товары реализуются с помощью косвенного сбыта. В качестве целей стимулирования сферы торговли обычно выдвигается. Стимулирование работников фирмы

относится к сфере мотивации персонала и направлено на повышение качества работы и рост профессионального мастерства. Стимулирование сбыта осуществляется дифференцированно, в зависимости от того, на кого оно направлено: потребителей, дистрибьюторов, торговый персонал предприятия, лидеров общественного мнения.

Мероприятия по стимулированию сбыта, как правило, сочетаются с рекламой или личными продажами. Акции по стимулированию потребителей обычно следует рекламировать, так как они усиливают интерес и повышают притягательность самой рекламы. Деятельность по стимулированию торговли и торговых работников поддерживает процесс персональных продаж. Используя стимулирование сбыта, компания должна установить цели, выбрать необходимые средства, разработать наиболее эффективную программу, предварительно проверить и реализовать ее, оценить результаты.

Полученные результаты. Таким образом, на основе изученного материала можно прийти к следующим выводам. Стимулирование сбыта – это искусство и наука превращения благоприятного отношения к вашему товару или услуге в немедленную покупку. Стимулирование сбыта – это большой бизнес. Стимулирование сбыта играет важнейшую роль в продвижении товаров и на сегодняшний день занимает второе место после рекламы. От качественной организации мероприятий по стимулированию сбыта продукции и принятия решений в этой сфере, в значительной степени зависит степень контроля современного предприятия над доведением своей продукции до покупателя, а следовательно, и эффективной обратной связи между производителем и потребителем.

*Свирковская Елена Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Любецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Тенденции развития методов осуществления мероприятий по стимулированию сбыта

Актуальность. Актуальность выбранной темы в современных рыночных отношениях достаточно велика. В настоящее время производители более чем когда-либо вынуждены изыскивать новые и эффективные способы увеличения объема продаж. Для этого предприятия прибегают к определенному набору средств, среди которых важнейшим является стимулирование сбыта. Все большее число различных фирм, как производителей, так и продавцов, прибегают к различным средствам стимулирования сбыта своих товаров. С каждым годом во все нарастающей конкурентной борьбе стимулирование сбыта становится все более актуальным. Именно с помощью стимулирования многие фирмы стремятся увеличить объемы продаж своих товаров, привлечь к своей торговой марке новых покупателей и в конечном итоге содействовать ещё большему укреплению на рынке.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – выявление самых современных методов стимулирования сбыта. Определение значимости этих методов. Стимулирование сбыта – это краткосрочные меры, направленные на увеличение объёмов продаж фирмы. Необходимость использования мер по стимулированию сбыта связана с конъюнктурой современного рынка, а именно с постоянно растущим давлением со стороны рынка на организации, ростом конкуренции между фирмами, а также со снижением эффективности использования рекламы и относительным ростом эффективности мероприятий по стимулированию сбыта.

Методы стимулирования сбыта – это мероприятия, акции и действия, направленные на увеличение спроса, ускорение реализации товаров и услуг, активизацию продаж путем мотивирования потребителей совершить покупку. Стимулирование сбыта может осуществляться по нескольким направлениям: стимулирование потребителя, стимулирование дилеров, внутрифирменное стимулирование. И для каждого направления существуют свои методы стимулирования сбыта.

За последние 10 лет стимулирование продаж получило признание как самостоятельный инструмент и используется наряду с другими инструментами продвижения – рекламой, паблик рилейшнз, личными продажами. Необходимость использования мер по стимулированию сбыта связана с конъюнктурой современного рынка, а именно с постоянно растущим давлением со стороны рынка на организации, ростом конкуренции между фирмами, а также со снижением эффективности использования рекламы и относительным ростом эффективности мероприятий по стимулированию сбыта. Сегодня многие специалисты считают, что стимулирование сбыта является основой маркетинговых коммуникаций.

В настоящее время специалисты по маркетингу выявляют самые эффективные современные методы стимулирования продаж: программа лояльности, директ-маркетинг, SMS-маркетинг.

В планы маркетинга практически любой современной компании, заботящейся о своем завтрашнем дне, включают программы лояльности. Программа лояльности подразумевает формирование длительных взаимовыгодных взаимоотношений между компанией и клиентом. Наиболее распространенными компонентами программ лояльности являются:

- поздравления клиентов с общими (Новый год и т.д.) и личными праздниками (дни рождения, свадьбы, юбилеи);
- обеспечение клиентов информацией о новых услугах или ценовых акциях в соответствии с их интересами;
- система приглашения клиентов на проводимые компанией акции, программы по поствзаимодействию;
- реализация методов стимулирования с вовлечением постоянных клиентов;
- индивидуализированные системы оплаты услуг.

Одним из новых методов продвижения, по мнению специалистов, является директ-маркетинг. Директ-маркетинг – это не только традиционные рекламные акции, но и адресная рассылка, телефонный маркетинг, создание и ведение баз данных. Одна из задач директ-маркетинга – постоянное увеличение объемов продаж.

Понятие «директ-маркетинг (прямой маркетинг)» появилось сравнительно недавно – в начале 90-ых годов. Директ-маркетинг позволил создавать и поддерживать постоянные контакты между продавцом и потребителем. Основное отличие Директ-маркетинга от других видов продвижения товара состоит в том, что его обращение несет личностный элемент, который передается через адресные обращения в деловых письмах или при разговоре по телефону.

Специалисты по директ-маркетингу успешно используют в своей деятельности скидочные купоны и подарки, предлагают потребителям участие в различных конкурсах. Цель этих мероприятий в Директ-маркетинге значительно шире, чем при проведении промо-мероприятий. Директ-маркетинг подразумевает не только разовое увеличение объемов продаж, но и дальнейшую работу с теми, кто участвовал в той или иной акции, то есть поддержание обратной связи. Поэтому в Директ-маркетинге важен сбор информации – не просто раздача купонов прохожим на улице, а предложение предоставить информацию о себе (естественно, если человек в дальнейшем заинтересован в том, чтобы получать рекламные и информационные письма, приглашения к участию в других мероприятиях, проводимых фирмой).

SMS-маркетинг означает процесс маркетинга с помощью услуги SMS. Такой маркетинг предусматривает распространение маркетинговой информации о товаре или услуге путем отправления ее через SMS на мобильные телефоны абонентов-потребителей. SMS-маркетинг – одно из наиболее актуальных направлений в сфере современной рекламы. Массовая рассылка SMS позволяет быстро и качественно донести до клиента всю необходимую информацию. Отправка сообщений на сотовые телефоны производится автоматически через сеть Интернет. SMS-рассылка - универсальный инструмент мобильного маркетинга, применимый практически в любой сфере бизнеса. Сфера применения различных SMS сервисов постоянно увеличивается, но в основном воздействие направлено на стимулирование сбыта через проведение SMS-акций с розыгрышем призов. Кроме того, через индивидуальное обращение к конкретному потребителю, а также использование фильтрации по дате рождения, возрастным, половым, территориальным и прочим признакам, SMS-маркетинг позволяет наладить длительные коммуникационные связи с целевой аудиторией.

Большинство методов стимулирования потребителей легко переносятся в Интернет. Многие из них проще и удобнее применять в Интернете, чем в традиционном бизнесе в связи с отсутствием необходимости физического носителя информации, подтверждающей выполнение условий участия в акции. Дополнительным преимуществом Интернета

для проведения мероприятий по стимулированию сбыта является отсутствие затруднений при учете общей суммы покупок данного клиента в течение определенного периода и других действий пользователей на сайте компании (регулярность посещения, заполнение анкет и т. п.). На базе такого учета возможно создание достаточно сложных, многоуровневых систем бонусов и скидок, создание клубных систем и т. п.

Полученные результаты. Таким образом, существуют различные способы стимулирования сбыта, которые дают возможность привлечь новых покупателей или стимулировать уже существующих к дополнительным покупкам. Перечень методов стимулирования потребителей достаточно велик и продолжает расширяться. Однако в настоящее время лучше всего развиваются методы SMS-маркетинга и Интернет-маркетинга, которые являются высоко эффективными средствами продвижения товаров.

Ставинова Лидия Олеговна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Воробьева Н.Ф., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. маркетинга

Товарная политика ОАО «Лепельский молочноконсервный комбинат»

Актуальность. Изучение товарной политики обусловлено целым рядом причин. В условиях рыночных отношений особое место занимает маркетинг как система управления производственно-сбытовой деятельностью фирмы, нацеленная на эффективное удовлетворение потребительского спроса. Именно здесь нужна товарная политика, т.к. она является фундаментом всей маркетинговой деятельности. Все остальные функции: установление цен на товар, выбор канала распределения и товародвижения, выбор стратегии коммуникации и стимулирования, реклама и пропаганда при своей реализации опираются непосредственно на структуру ассортимента и управление им.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – совершенствование товарной политики предприятия ОАО «Лепельский молочноконсервный комбинат», расчет показателей ассортимента и анализ существующей упаковки и маркировки.

При расчете показателей ассортимента было выявлено, что почти все показатели в пределах нормы. А это значит что в целом, на предприятии имеется достаточный набор молочной продукции. Основные показатели ассортимента приведены в таблице 1.

Но показатели широты и обновления ассортимента достаточно низкие. А это свидетельствует о том, что на предприятии вводится мало новых товаров. В норме % новых товаров, вводимым на предприятии должен быть не менее 20% в год.

Таблица 1 – Основные показатели ассортимента

Показатели	Значение
Коэффициент полноты ассортимента	1
Коэффициент глубины ассортимента	1
Коэффициент насыщенности ассортимента	1
Коэффициент широты ассортимента	0,8
Коэффициент обновления ассортимента	0,3

На основании этого было предложено создание нового вида молочной продукции – йогурта. Были также рассчитаны затраты на сырье (молоко, молоко сухое, закваска, сливки, черника) и комплектующие изделия (бумажные стаканчики с пластиковой крышкой и гофрокартонные коробки), которые составили 11,5 млн. руб. Упаковка для йогурта представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Упаковка йогурта

Также на основании тендера было выбрано оборудование фирмы Эльф 4М, по причине соответствия всем требуемым параметрам и наличия большой производительной мощности. А т.к. оно находится на территории Российской Федерации, то это уменьшит затраты на доставку оборудования и не требует дополнительных расходов, в виде пошлины.

Проведя маркетинговый анализ упаковки молочной продукции ОАО «Лепельский молочноконсервный комбинат», можно сказать, что данный образец полностью соответствует предъявляемым требованиям относительно упаковки, маркировки и штрихового кодирования. Упаковка молочной продукции обеспечивает выполнение основных функций, возлагаемых на нее, а именно – функции качества, сохранности, идентификации, предоставления информации о товаре. Однако следует отметить, что функции маркетинговых исследований и стимулирования сбыта она не выполняет. В дальнейшем следует уделить больше внимания именно этой проблеме, что в полной мере поможет в продвижении товара и его узнаваемости на рынке.

На основании этого было предложено внедрение новой упаковки для молока. Упаковка будет сделана в форме вымени, что еще раз подчеркнет качество и натуральность производимой продукции. Также

упаковка привлечет к себе внимание не только постоянных потребителей, но и потенциальных, которые заботятся не только о своем здоровье, но и о здоровье своей семьи. Упаковка будет выполнена из мягкого материала и будет:

- потребительская;
- мягкая;
- полимерная;
- одноразовая;
- мелкогабаритная.

Изображение упаковки представлено на рисунке 2



Рисунок 2 – Упаковка молока

Данный вид упаковки не только сохранит качество производимой продукции, но и предложит потребителям новый метод разлива и хранения молока.

Упаковка соответствует всем требованиям, и носит не только информационный, но и маркетинговый характер. На дне упаковки будут написаны дата производства, срок годности, производитель, энергетическая ценность, знаки соответствия, знаки качества. На крышке будет прикреплен листок со штриховым кодом, что позволит ускорить считывание ЭВМ.

Полученные результаты. Таким образом, товарная политика предприятия ОАО «Лепельский молочноконсервный комбинат» постоянно совершенствуется.

Представленный ассортимент полный и глубокий, но его следует расширить и вводить новые продукты, чтобы составить конкуренцию не только на локальном рынке, но и выйти на республиканский рынок.

Исходя из полученных данных, следует сделать вывод о том, что предприятие должно позаботиться об упаковке товара. И использовать креативные и инновационные подходы к созданию упаковки. Это позволит удержать постоянных потребителей и заинтересовать новых, и тем самым повысит конкурентоспособность предприятия.

*Тарасова Виктория Александровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права,
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Артёмко С.И., ст. преподаватель каф. маркетинга*

Анализ конкурентоспособности ОАО «Агрокомбинат «Юбилейный»

Актуальность. Конкурентоспособность является комплексным системным показателем, по-разному проявляющимся на каждом из уровней (уровень предприятия, уровень производства, уровень продукции). Поэтому правильно выбранный вариант повышения конкурентоспособности предприятия, а также продукции позволит в максимальной степени избежать убытков и получить высокие результаты в будущем.

Методика и содержание исследования. Целью работы является анализ конкурентоспособности предприятия в сложившихся рыночных условиях и выявление конкурентных преимуществ предприятия. В процессе исследования использовались следующие методы: монографический, аналитический метод, абстрактно-логический, сравнения, опрос.

ОАО Агрокомбинат «Юбилейный» – крупное сельскохозяйственное предприятие основными видами деятельности которого являются производство и реализация свинины и говядины для продовольственных целей, молока, колбасных и мясных изделий и продукции растениеводства. В своем составе предприятие имеет свиноводческий комплекс мощностью 44000 скотомест с законченным циклом производства - от осеменения до выращивания и откорма поросят. На предприятии функционирует мясоперерабатывающий цех, который включает в себя убойный цех мощностью 50 голов в сутки и копильный цех мощностью 1,5 тонны готовой продукции. Большая часть продукции, произведенной цехом, реализуется населению города Орши и Оршанского района через сеть фирменных магазинов предприятия, которые расположены в различных точках Оршанского района.

Для анализа конкурентоспособности ОАО «Агрокомбинат «Юбилейный» были выбраны два основных конкурента на рынке мясных и колбасных изделий: РСУП «СГЦ «Заднепровский» и ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат». Их выбор проводился исходя из уровня локализации на рынке (город Орша и Оршанский район) и объемов производства. Оценка конкурентоспособности на рынке мясных и колбасных изделий включала расчет следующих показателей конкурентоспособности: качество и потребительские свойства мясных и колбасных изделий, доля рынка, ассортимент, персонал, эффективность каналов сбыта, финансовые ресурсы, репутация у потребителей, возможности ценовой конкуренции, инновации.

Полученные результаты. Проанализировав полученные результаты, можно сделать вывод, что ОАО «Агрокомбинат «Юбилейный» за-

нимает достаточно прочные позиции на рынке за счет разнообразия ассортимента, доступных цен и сложившейся на протяжении многих лет репутации у потребителей. Колбасные изделия предприятия изготавливаются в натуральных и искусственных оболочках различного диаметра и предназначены для употребления, как в холодном виде, так и после предварительной термической обработки. Кроме того, мясные и колбасные изделия ОАО «Агрокомбинат «Юбилейный» изготавливается с применением натурального сырья без использования белков растительного происхождения.

Таким образом, современная технология, квалифицированный персонал, известность известной торговой маркой «Мясной фаворит», которая зарекомендовала себя, как гарантия качественного продукта, являются конкурентными преимуществами для данного предприятия.

Тарасова Татьяна Александровна, магистр, факультет информационных технологий, Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства (филиал г. Пенза)

Научный руководитель – Шмелева А.Н., докт. экон. наук, профессор, профессор каф. управления инновациями

Редизайн сайта как инструмент развития рынка рекламных услуг на примере Интернет-ресурса www.irr.ru

Актуальность. На данный момент достаточно актуальным считается решение проблемы использования сайта как эффективного и удобного инструмента увеличения и развития рынка рекламных услуг.

Методика и содержание исследования. Один из ведущих российских сервисов объявлений провел полный редизайн ресурса. Новый дизайн и функционал сайта IRR.RU был представлен 19 сентября 2012 года. Сайт полностью обновился. О старом дизайне напоминает только доминирующий в оформлении красный цвет и хорошо известный логотип «Из рук в руки». Новый IRR.RU задумывался не как произведение дизайнерского искусства, а как эффективный и удобный инструмент, поэтому дизайн получился лаконичным, лишенным декоративных излишеств, простым, но при этом современным и технологичным. У сайта появилось свое лицо.

IRR.RU – портал, сформировавший в свое время рынок классифайда в России. Одним из важнейших нововведений на сайте IRR.RU стал каталог товаров. Это позволило улучшить и качество поиска и удобство подачи объявлений: каталог товаров позволяет сократить время подачи объявлений – пользователям достаточно указать марку и модель, а остальные характеристики заполнятся автоматически. Поиск товара может осуществляться по списку объявлений, а так же по каталогу товаров, путем выбора интересующей марки и модели. По каждому товару можно посмотреть не только характеристики и список предложений от компаний и частных лиц, но и отзывы пользователей. Таким

образом, теперь мы можем ответить не только на вопрос «Где купить?», но и на вопросы «Что купить?» и «Что обычно покупают другие?». Одной из проблем сайтов объявлений всегда было то, что человеку нужно было приходиться на него, будучи хорошо подготовленным. Ему нужно было знать, за каким конкретно товаром он пришел, и задача сводилась лишь к поиску подходящего предложения. Теперь же сайт готов помочь и тем пользователям, которые еще не определились с покупкой или потерялись в многообразии товаров.

Полученные результаты. На сайте IRR.RU каждый день более 2 млн. актуальных объявлений. Ежедневная аудитория – более 500 тыс. посетителей. Только за последние два года сайт вырос в 3 раза, достигнув 7,8 млн. уникальных пользователей, и продолжает динамично расти. За первые три дня после запуска новый сайт посетило более 1,3 млн. пользователей. До последнего момента география охвата включала в себя только средние и крупные города. С 19 сентября житель абсолютно любого города или поселка на территории России может посмотреть предложения или подать объявление именно в свой населенный пункт.

*Тимошенко Елена Сергеевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Ермоленко С.В., магистр экон. и упр., ассистент каф. маркетинга*

Исследование методов сбора маркетинговой информации

Актуальность. Любому предприятию, чтобы должным образом функционировать в условиях перехода от локального маркетинга, ограниченного государственными границами, к глобальному, и по мере развития рынков и совершенствования технологий, необходимо проводить маркетинговые исследования, начальным этапом которых является выбор методов сбора маркетинговой информации. Маркетинговая информация должна собираться при разработке, реализации и пересмотре маркетингового плана или каких-либо его элементов.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – изучение теоретических основ методов сбора маркетинговой информации, их недостатки, преимущества, сфера применения. В процессе исследования были использованы работы российских и зарубежных специалистов по вопросам проведения маркетинговых исследований таких, как: Алексеев, А.А., Голубков Е.П., Каменева, Н.Г., Морозов Ю.В., Котлер Ф., Малхотра Н., Черчилль Г.А. и др.

Главным аспектом при проведении маркетинговых исследований является сбор информации, который может осуществляться либо из первичных источников либо из вторичных. К методам сбора информации из первичных источников относятся методы кабинетных исследо-

ваний. Полевые исследования изучают первичную информацию, необходимую для решения конкретной маркетинговой проблемы. По своей природе первичные данные могут быть получены как качественными, так и количественными методами.

Качественные методы позволяют получить очень подробные данные о поведении, мнении, взглядах, отношениях очень небольшой группы лиц. Качественные исследования незаменимы при разработке новых товаров, рекламных кампаний, изучении имиджа фирм, торговых марок и решении других сходных задач.

Методы качественного исследования могут быть прямыми и косвенными. Прямые методы, в отличие от косвенных, не скрывают от респондентов истинную цель исследования. Основные прямые методы – это фокус-группы и глубинное интервью. Фокус-группы проводятся в группах, а глубинные интервью наедине. Интервью с помощью фокус-группы – это самый распространенный метод качественного исследования.

Косвенные методы исследования называются проекционными методами, потому что с их помощью маркетолог пытается отразить мотивации, убеждения, чувства и эмоции респондентов в связи с неоднозначными ситуациями. Проекционные методы классифицируются следующим образом: методы ассоциации (словесные ассоциации), завершения ситуации, конструирование ситуации (ответ по рисункам) и экспрессивные методы. Проекционные методы особенно эффективны в тех случаях, когда респонденты не желают или не могут дать необходимую информацию прямыми методами.

Количественные методы сбора данных, в отличие от качественных, позволяют получить выраженную количественно информацию по ограниченному кругу проблем, но от большого числа людей, что позволяет обрабатывать ее статистическими методами и распространять результаты на всех потребителей. Характерными особенностями таких методов исследований являются: четко определенный формат собираемых данных и источники их получения; обработка собранных данных осуществляется с помощью упорядоченных процедур, в основном количественных по своей природе. Количественные исследования помогают оценить уровень известности фирмы или марки, выявить основные группы потребителей, объемы рынка и т. п.

Основные методы количественных исследований – это различные виды опросов и аудит розничной торговли. Методы опроса классифицируются в зависимости особенностей проведения, как опрос по телефону, в офисах, в магазинах, почтовая панель и т.д. Метод опроса прост в проведении, его результаты достоверны, поскольку ограничено число заданных вариантов ответов. Однако, респонденты могут не предоставить нужную информацию по определенным причинам, также достаточно трудно правильно сформулировать вопросы анкеты. Тем

не менее, не смотря на перечисленные недостатки метод опроса применяется шире других для получения первичной информации в маркетинговых исследованиях.

Аудит розничной торговли дает наиболее полную и адекватную характеристику как состояния и движения рынка в целом, так и тенденций по его отдельным позициям – структурным и географическим сегментам рынка, торговым маркам и т. д.

Наблюдение как метод сбора информации занимает пограничное положение между количественными и качественными методами.

Наблюдение осуществляется посредством фиксации функционирования исследуемых объектов без установления исследователями контактов с ними и при отсутствии контроля за факторами, влияющими на их поведение. Наблюдение может проводиться как открыто, так и скрытно. На практике, как правило, проводятся скрытые наблюдения. При этом в качестве орудия исследования используются скрытые камеры и специальные зеркала.

К достоинствам этого метода относятся: его простота, и, следовательно, относительная дешевизна, а также исключение искажений, вызываемых контактами объектов с исследователями (что, например, нельзя в полной мере исключить при опросе). Основным недостаток данного метода состоит в том, что он не позволяет однозначно установить внутренние мотивы поведения объектов наблюдения и процессы принятия ими решений, и они могут быть неправильно истолкованы наблюдателями. Поэтому наблюдение применяется в основном при проведении поисковых исследований, т.е. носящих предварительный характер, направленных на конкретизацию проблем, стоящих перед исследователями.

Полученные результаты. В результате исследования мнений и позиций теоретиков было выявлено, что качественное исследование позволяет понять суть обстановки, сложившейся вокруг проблемы, тогда как цель количественного исследования - получить результаты в количественной форме с использованием ряда методов статистического анализа. В любом маркетинговом исследовании сначала проводится качественное исследование, а потом количественное. Иногда качественное исследование необходимо для пояснения данных, полученных из количественного исследования. Данные, полученные после проведения качественного исследования, нельзя считать заключительными и на их основании делать выводы, распространяющиеся на всю интересующую совокупность. Поэтому один из важных принципов маркетинговых исследований – взаимодополняемость качественного и количественного методов, а не конкуренция между ними.

Тимошенко Елена Сергеевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Ермоленко С.В., магистр экон. и упр., ассистент каф. маркетинга

Мix-методики как инновационные методы маркетинговых исследований

Актуальность. В условиях совершенствования развития технологий и по мере развития рынка маркетинговые исследования приобрели особую актуальность. Для того, чтобы исследовать истинные мотивы потребителей недостаточно использовать узкоспециализированные качественные или количественные методы. Для этого современными маркетологами применяются смешанные методы исследований, довольно удачно сочетающие в себе достоинства вышеперечисленных методов, такие как mix-методики.

Целью исследования является изучение таких основных видов mix-методик как: hall-тесты, home-тесты и mystery shopping.

Методика и содержание исследования. В процессе исследования были использованы работы российских и зарубежных специалистов по вопросам проведения маркетинговых исследований.

Hall-test – это метод исследования, в ходе которого довольно большая группа людей (до 100-400 человек) в специальном помещении тестирует определенный товар и/или его элементы (упаковку, рекламный ролик и т. п.), а затем отвечает на вопросы (заполняет анкету), касающиеся данного товара.

Для проведения hall-теста представители потенциальных потребителей приглашаются в специальное помещение («hall»), оборудованное для дегустации товаров и/или просмотра рекламы, где им предоставляют возможность протестировать данный товар (либо посмотреть рекламный ролик) и затем объяснить причину выбора той или иной марки товара либо рассказать о реакции на рекламу.

Данный метод применяется для оценки потребительских свойств товара по разным тестируемым характеристикам с целью их улучшения; при тестировании элементов рекламных обращений для оптимизации рекламной кампании; для получения информации о поведении потребителей (определяются критерии выбора, частота и объем потребления марок изучаемой товарной группы).

Среди недостатков можно упомянуть трудоемкость организации тестирования. Преимуществом методики является возможность предъявления и оценки не только визуальной информации, но и аудиальной (слуховой), обонятельной, осязательной, вкусовой, а также их комбинаций.

Home-test – метод исследования, в ходе которого группа потребителей тестирует определенный товар в домашних условиях (используя его по назначению), заполняя при этом специальную анкету. Home-test во многом схож с hall-тестом, но используется при необходимости

длительного тестирования товара (в течение нескольких дней). Респондентам, относящимся к целевой группе, предлагают протестировать в домашних условиях какой-либо продукт или несколько продуктов (обычно это продукты частого или повседневного использования). Как правило, упаковка товара не содержит названия марки и указания на фирму-производителя. Через несколько дней использования данного товара респондент отвечает на вопросы анкеты, которая определяет отношение респондента к данному продукту (иногда – по сравнению с другими продуктами).

Метод home-тестов используется для решения задач по позиционированию нового товара, относящегося к определенной товарной группе; проверки восприятия потребительских свойств товара; выявления недостатков и преимуществ товара по сравнению с аналогами других производителей; определения оптимальной цены товара и других характеристик. К недостаткам метода можно отнести сложность и дороговизну организации исследования. Преимуществом home-теста является то, что тестирование товаров происходит в тех же условиях, в которых они используются обычно.

Mystery Shopping – метод маркетинговых исследований, предполагающий оценку качества обслуживания (или получение коммерческой информации о конкурентах) с помощью специалистов, выступающих в роли подставных покупателей (заказчиков, клиентов и т. п.).

При продаже услуг качество обслуживания является важнейшим критерием, по которому клиенты оценивают компанию. Mystery Shopping позволяет оценить работу персонала с точки зрения потребителя и своевременно принять меры по улучшению качества обслуживания. Кроме того, Mystery Shopping позволяет производителям определенного товара оценить работу персонала розничных торговцев с этим товаром (наличие на складе, презентация и т. п.). С точки зрения сбора информации об интересующей компании этот метод также является незаменимым. Оценка качества обслуживания либо сбор информации производится на основании предварительно разработанных критериев, путем личного посещения либо по телефону.

Разработка плана Mystery Shopping. Первым делом разрабатывается подробный план – какие элементы работы персонала необходимо оценить, по каким критериям, какую информацию необходимо получить, на что нужно обратить особое внимание (если в организации есть стандарт обслуживания клиентов, то можно основываться на нем). Затем на основе этого плана разрабатывается анкета и проводится инструктаж исследователей.

Проведение Mystery Shopping. Специально подготовленные люди, полностью соответствующие характеристикам целевого потребителя на данном рынке, посещают исследуемые предприятия (магазины, сервисные центры, офисы компании) под видом клиентов и в процессе общения с персоналом оценивают его работу по утвержденной анкете.

Помимо личного визита, возможна оценка посредством телефонного звонка, либо общения через Internet.

Использование результатов. По результатам проведенного исследования фиксируются основные ошибки персонала, и разрабатывается программа по их исправлению (проводятся специальные тренинги, корректируются инструкции и т. п.). В случае сбора данных о конкурентах, собранная информация используется для корректировки ценовой, ассортиментной, сервисной политики компании-заказчика и т.п.

По результатам мониторинга на основе Mystery Shopping вычисляются общий индекс качества обслуживания и индивидуальные индексы работников, от которых зависит заработная плата. Также результаты данного метода позволяют выявить конкретные недостатки в обслуживании клиентов и сфокусировать тренинги именно на этих направлениях. Результаты мониторинга позволяют выявить качественные изменения в поведении персонала после проведения тренингов.

В различных источниках этот метод носит следующие названия: Secret Shopping, Anonymous Consumers, Сервисный аудит, Мистери шоппинг, Тайный покупатель, Таинственный покупатель и др.

Полученные результаты. В результате исследования мнений и позиций теоретиков было выявлено что мик-методики соединяют в себе самые удачные составляющие всех методов маркетингового исследования. Они позволяют проверить восприятие потребительских свойств товара; выявить недостатки и преимущества товара по сравнению с аналогами других производителей, а также оценить качество обслуживания. Основным недостатком таких методов является относительная дороговизна, трудности в процессе разработки и проведении исследования.

*Цяглова Марина Юрьевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Артёменко С.И., ст. преподаватель каф. маркетинга*

Анализ ассортиментной политики ОАО «Казимировский опытно-экспериментальный завод» на основе АВС-анализа

Актуальность. В сложившихся экономических условиях организация агросервисного обслуживания сельскохозяйственной техники является одним из важных направлений повышения эффективности производства. Рынок ремонтно-технического обслуживания, занимая определенное место в системе аграрного рынка, имеет существенные отличия, обусловленные спецификой оказываемых услуг и производимой продукцией, формой организации, а также технико-технологическими особенностями.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является анализ ассортимента и структуры продукции, разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговых стратегий на ОАО

«Казимировский опытно-экспериментальный завод» с учетом потребностей рынка и возможностей предприятия.

В процессе исследования были использованы следующие методы: монографический, экономико-статистический, АВС-анализа.

Полученные результаты. В настоящее время ОАО «Казимировский опытно-экспериментальный завод» одно из 26 предприятий, входящих в состав Холдинг ОАО «Агросервис» г. Могилева. Предприятие обладает правами юридического лица и осуществляет свою деятельность в соответствии с уставом предприятия. Основным видом деятельности ОАО «Казимировский опытно-экспериментальный завод» являются: ремонт и техническое обслуживание машин и оборудования, используемых в сельском хозяйстве и лесоводстве; производство оборудования для животноводства, птицеводства и кормопроизводства; производство строительных металлических изделий; производство прочих металлических изделий, не включенных в другие группировки.

На сегодняшний момент ассортимент выпускаемой продукции на ОАО «Казимировский опытно-экспериментальный завод» имеет тенденцию к расширению. В 2011 году выпуск продукции был основан на реальных потребительских возможностях отечественного рынка и экспортного потенциала предприятия. Получена финансовая поддержка со стороны государства, заинтересованного в реализации программы по импортозамещению.

В структуре производства продукции наибольший удельный вес занимают: зерноочистительно-сушильный комплекс КЗСК-30 (50,2 % от всего объема выпуска продукции), оборудование для выпойки телят КВТ-2(12,5%), разбрасыватель удобрений РМУ-7500 (10,1%).

Для определения необходимости оптимизации товарного ассортимента ОАО «Казимировский опытно-экспериментальный завод» использовался метод АВС-анализа. В качестве критерия оценки использовался такой показатель, как выручка от реализации продукции. В результате проведенного анализа определено, что в целом, структура товарного ассортимента ОАО «Казимировский опытно-экспериментальный завод» является оптимальной. Наибольшую выручку предприятию приносит зерноочистительно-сушильный комплекс КЗСК-30 (товарная группа А), которая в 2011 году составила 30234,9 млн. руб. Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что предприятию необходимо обеспечивать постоянное наличие данного товара в производстве.

К промежуточным товарам относятся (группа товаров В): оборудование для выпойки телят КВТ-2, разбрасыватель удобрений РМУ-75, агрегат комбинированный почвообрабатывающий навесной АКПН-6, полуприцеп-разбрасыватель удобрений ПРУ-12.

К товарной группе, которая приносит наименьшую выручку от реализации продукции, относят (группа товаров С): агрегат дисковый почвообрабатывающий полунавесной АДПП-6; универсальный сепаратор УниСеп-40, сепаратор предварительной очистки СП-70, пере-

движная доильная установка УДП-8С, средство энергетическое универсальное СЭУ-1.00 "Днепр"439,5111, разбрасыватель минеральных удобрений РМУ-1000, полуприцепной бетоносмеситель ПБС-9905. Эти товары являются претендентами на исключение из ассортимента, товары-новинки. К заказу таких товаров важно отнестись с особым вниманием и провести более точный и глубокий анализ.

Таким образом, значительную роль в деятельности предприятия играет производство зерноочистительно-сушильного комплекса КЗСК-30 – данный вид обеспечивает 50,6% выручки от реализации. Товары, входящие в группу А, продаются с использованием каталога «Оборудование и машины для послеуборочной обработки зерна», издаваемый РУП «НПЦ НАН Беларуси по механизации сельского хозяйства». Этот аспект необходимо учесть при разработке маркетинговой стратегии развития предприятия. Необходимо учитывать полученные результаты АВС-анализа для продвижения товаров.

Шабанова Кристина Владимировна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Ермоленко С.В., магистр экон. и упр., ассистент каф. маркетинга

Роль моделирования поведения потребителей для разработки маркетинговой стратегии

Актуальность. При правильной организации работы с потребителями политика торгового предприятия будет максимальным образом удовлетворять спрос его потребителей и в конечном итоге предприятие будет рентабельным. Модель поведения потребителей влияет не только на спрос, но и помогает разработать маркетинговую стратегию предприятия. Моделирование поведения потребителей один из основных методов маркетинговых исследований, который, помимо всего прочего, является базой для разработки и использования моделей отклика рынка и моделей для выработки маркетинговой стратегии.

Методика и содержание исследования. Цель данной учебно-исследовательской работы овладеть достаточными теоретическими знаниями в области организации работы с потребителем.

Цель работы предопределила постановку и необходимость решения следующих взаимосвязанных задач исследования: изучить поведение потребителей; проанализировать модели потребительского поведения.

В процессе исследования были использованы методы сравнения и сопоставления.

В основе оценки (измерения) потребностей потребителей, их потребления и спроса лежат различные теоретические предпосылки. Их можно представить: теориями мотивации; экономическими теориями; теорией рационального потребления.

Для изучения моделей поведения покупателей необходимо проанализировать процесс покупки в компаниях.

Процесс покупки делится на 3 стадии:

- первая - признание наличия потребности;
- вторая - принятие решения о способах удовлетворения возникшей потребности (поиск, оценка и выбор поставщика);
- третья - заключение сделки.

До сих пор не существует всеобщей принятой модели поведения промышленного покупателя. В 60-70-е годы ученые характеризовали создавшуюся ситуацию следующим образом:

Следует признать, что, конечно, не все решения являются продуктом процесса принятия решения. Некоторые решения о промышленных закупках основываются на наборе ситуационных факторов, для которых создание теории или модели не будет ни достоверно, ни полезно.

Существующие в мировой практике модели можно объединить в три группы:

1. Модель разделения с выделением "покупающего центра";
2. Двухэлементная модель – взаимодействующие отношения покупатель-продавец;
3. Системная модель – анализ всего процесса.

Наиболее популярной благодаря своей простоте, естественности интерпретации и возможности эффективной экспериментальной проверки на сегодняшний день остается модель диффузии, предложенную Бассетом в 1969 году. Она предназначена для изучения объема сбыта новых товаров и предполагает, что количество покупателей совпадает или пропорционально количеству проданного товара. Данное допущение оправдано для товаров широкого потребления длительного пользования, моральное устаревание которых наступает значительно раньше физического износа. Модель может быть использована и в случае, когда фирма пытается с помощью комплекса маркетингового инструмента расширить круг своих постоянных клиентов.

Основная идея модели диффузии заключается в следующем. Все потенциальные потребители делятся на "новаторов" и "имитаторов". Первые принимают решение о покупке независимо от поведения остальных; вторые напротив, испытывают на себе влияние потребителей, уже купивших товар, то есть совершают покупку в подражание другим.

Математически эти процессы выглядят так:

$$St = a (M - Q_{t-1}) + b (Q_{t-1} / M) (M - Q_{t-1}), \quad (1)$$

где St - объем сбыта в период t ;

Q_{t-1} = St - накопленный объем сбыта;

M - рыночный потенциал, равный количеству потенциальных потребителей данного товара;

a, b - параметры модели.

Первое слагаемое правой части уравнения описывает поведение "новаторов" и соответствует экспоненциальной модели (коэффициент a - это доля "новаторов" в социальной системе); второе слагаемое от-

ражает поведение "имитаторов" и соответствует логистической модели (b - коэффициент имитации).

Полученные результаты. Таким образом, можно сделать вывод, что определённой модели потребительского поведения не существует, каждый из авторов предлагает свой вариант.

*Шарснёва Марина Александровна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Любецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Исследование потребительских свойств и удовлетворенности потребителя качеством продукции ОАО «Бабушкина крынка»

Актуальность. Улучшение качества продукции – важнейшее направление интенсивного развития экономики, источник экономического роста, эффективности общественного производства. В этих условиях возрастает значение комплексного управления качеством продукции и эффективностью производства.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – определить факторы влияющие на выбор того или иного вида продукта, изучить позицию предприятия ОАО «Бабушкина крынка» на рынке молочной продукции, выявить предпочтения потребителей на рынке масла сливочного, оценить уровень удовлетворенности потребителем продукцией ОАО «Бабушкина крынка», выявить причины удовлетворенности или неудовлетворенности потребителей. В процессе исследования был использован метод однофакторного дисперсионного анализа.

Проанализировав данные по объему производства по всем видам продукции предприятия ОАО «Бабушкина крынка», было выявлено, что в 2009 году по сравнению с 2008 г. объемы производства сливочного масла возросли в 2,5раза (на 361 тонну). Следовательно, был сделан вывод о том, что товар данной торговой марки востребован на рынке молочной продукции и является одним из перспективных для предприятия. Таким образом, для исследования потребительских качеств и удовлетворенности потребителя качеством продукции ОАО «Бабушкина крынка» было выбрано масло сливочное (упаковка весом 200 грамм). Сбор информации осуществлялся методом персонального интервью. В опросе приняли участие 100 человек в возрасте от 18 лет до 54, из них 58% составили женщины, 42% – мужчины.

Проведенные нами исследования показали, что все респонденты знакомы с продукцией ОАО «Бабушкина крынка». Максимальное количество покупок в неделю, как у женщин, так и у мужчин наблюдается одинаковое – 4 раза в неделю. В среднем потребители предпочитают покупать сливочное масло 1 раз в неделю.

Наиболее приемлемой является бумажная упаковка – ее выбрали 59% респондентов, для 27% потребителей упаковка не имеет значения и не влияет на решение о покупке, 14% респондентов привлекает пла-

стмассовая упаковка масла сливочного. Сделан вывод о том, что заинтересовать потребителей также можно и более привлекательной упаковкой. Торговая марка «Бабушкина крынка» выпускает масло сливочное в основном в бумажной упаковке. Очень редко встречается масло сливочное в пластмассовой упаковке. Те респонденты, которые выбирали вариант – пластмассовый вид упаковки масла сливочного, лишь за редким исключением нескольких респондентов (2%), указывали на отсутствие масла сливочного данного вида упаковки.

В ходе опроса также были выявлены причины покупки масла сливочного других торговых марок: большинство из них (71%) ответили, что предпочитают продукцию иного производителя, из-за несоответствия вкусовых качеств продукции; 16% опрошиваемых респондентов считают цену неприемлемой, т.е. завышенной; 13% – не удовлетворены качеством продукции.

В зависимости от уровня дохода частота покупок масла сливочного ОАО «Бабушкина крынка» значительно не отличается. Из 24 человек с уровнем дохода до 400 тыс.руб. 23 человека предпочитают покупать в среднем 1 упаковку товара, лишь 1 человек – 2 упаковки за 1 раз. Такая же тенденция наблюдается и в разрезе остальных уровней дохода покупателя: 800-1200 тыс.руб. – 23 человека, из них 22 – покупают за 1 раз 1 упаковку масла сливочного, 1 человек – 2 упаковки; 1200-1600 тыс.руб. – 21 человек, из них 18 – покупают 1 упаковку, 3 человека – 2 упаковки масла сливочного ОАО «Бабушкина крынка» за 1 раз.

Таблица 1 – Дисперсионный анализ влияния возраста на частоту покупок масла сливочного ОАО «Бабушкина крынка»

Показатель	Сумма квадратов	Степ. своб.	Средний квадрат	Коеф. Фишера F	Коеф. значимости
Между группами	4,140	2	2,070	4,179	0,018
Внутри групп	48,050	97	0,495		
Итого	52,190	99			

Из данных таблицы 1 видно, что группы потребителей выделенные по возрасту существенно отличаются по частоте совершения покупок сливочного масла ОАО «Бабушкина крынка», о чем свидетельствует коэффициент значимости (0,018<0,05).

В определении удовлетворенности покупкой масла сливочного ОАО «Бабушкина крынка» затруднились ответить 9% респондентов. 67% опрошиваемых потребителей «скорее довольны, чем нет» и 17% – «абсолютно довольны». Следует отметить, что респонденты, выбравшие варианты 4 и 5, находятся в зоне лояльности. Они часто покупают масло сливочное данной торговой марки; 9% потребителей выбравшие вариант 3 – нейтральны, т.е. находятся в зоне безразличия, и 4% респондентов – неудовлетворены покупкой, находятся в зоне враждебности, 3 % респондентов полностью неудовлетворены покупкой масла сливочного данной торговой марки. Следовательно, можно сделать

вывод о том, что необходимо совершенствовать продукцию, уделять особое внимание ее качеству для достижения зоны лояльности.

Таблица 2 – Deskриптивный анализ частоты покупки масла сливочного ОАО «Бабушкина крынка» в разрезе возрастных категорий покупателей

Категория	N	Среднее	Стд. отклонение	Стд. Ошибка	95% довер. инт.	
					ниж.г р.	верх. гр.
18-29	60	0,95	0,699	0,090	0,77	1,13
30-39	30	1,20	0,714	0,130	0,93	1,47
40-54	10	1,60	0,699	0,221	1,10	2,10
Итого	100	1,09	0,726	0,073	0,95	1,23

Из данных таблицы 2 видно, что частота покупки потребителей в возрасте от 18 до 29 лет составляет $0,95 \pm 0,090$ – 60% респондентов, в возрасте от 30 до 39 – $1,20 \pm 0,130$ – 30% опрошенных потребителей и в возрасте от 40 до 54 лет частота покупки масла сливочного ОАО «Бабушкина крынка» составляет $1,60 \pm 0,221$ – 10% респондентов. По всем возрастным группам покупателей средняя частота покупки масла сливочного составляет $1,09 \pm 0,073$.

Полученные результаты. Таким образом, свою политику в области качества ОАО «Бабушкина крынка» должна строить на серьезных маркетинговых исследованиях и анализе рынка. Активная инвестиционная политика, инвестиции в новые технологии и современный менеджмент дадут ощутимый результат для торговых партнеров и покупателей. В основе производственной стратегии и лидерства предприятия должны лежать три составляющие: натуральное сырье, полное техническое перевооружение, внедрение международных стандартов. Натуральный вкус и стабильно высокое качество продукции будет достигаться благодаря неукоснительному следованию трем основным принципам производства: использование в производстве только экологически чистого сырья и натуральных продуктов; внедрение современных технологий производства и контроля качества; использование новой технологии упаковки. Важным направлением повышения безопасности и качества выпускаемой продукции является сертификация систем управления на соответствие международным стандартам.

*Шпаковский Егор Михайлович, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Артёменко С.И., ст. преподаватель каф. маркетинга*

Анализ эффективности бренда Смолевичской бройлерной птицефабрики

Актуальность. В последнее время вопросы брендинга все чаще становятся объектом теоретических изысканий и научных исследова-

ний. Слабая теоретическая разработанность данной проблемы отражается и в реальной практике бренд-менеджмента. Несмотря на возрастающую потребность в точном измерении результативности мероприятий по созданию и продвижению бренда в действительности лишь немногие компании реально применяют показатели эффективности брендинга. Оценка эффективности бренда поможет определить насколько правильно проводится политика бренда, как потребители относятся к нему и продукции данного предприятия.

Методика и содержание исследования. Цель исследования сводится к изучению теоретических и практических аспектов оценки эффективности бренда. Объектом исследования выступило ОАО «Смолевичская бройлерная птицефабрика». Для расчета показателя эффективности использовался метод экспертного ранжирования. Для этого выделяются наиболее важные параметры, которые в дальнейшем будут проранжированы в порядке значимости. Эксперт присваивает единичному показателю ранг 1, если он является самым важным по его мнению и т.д.

Каждому из 7 опрошенных предлагалось оценить исследуемые характеристики по 10 балльной шкале. Экспертной оценке подлежали следующие показатели: X_1 привлекательность образа бренда для потенциального покупателя; X_2 уникальность, непохожесть на другие бренды; X_3 согласованность с миссией и целями организации; X_4 долгосрочность применения; X_5 охват всего ассортимента продукции; X_6 правдоподобность слоганов, девизов; X_7 качество воплощения идеи бренда.

Достоверность полученных данных является непременным требованием при проведении оценки эффективности бренда. Критерием согласованности мнений участников опроса будет служить коэффициент конкордации, вычисляемый по формуле 1:

$$W = \frac{12 \sum_{j=1}^n S_j - S_{cp}^2}{m^2 (n^3 - n)}, \quad (1)$$

где S_{cp} – средняя сумма рангов, приходящаяся на один объект равная

$$S_{cp} = \frac{m(n+1)}{2}, \quad (2)$$

где m – число последовательностей оценок (экспертов);

n – количество рангов в каждой последовательности.

Для определения коэффициента конкурентоспособности нужно знать коэффициент весомости каждого единичного показателя эффективности, который вычисляются по формуле:

$$q_i = \frac{1/S_i}{\sum_{i=1}^n 1/S_i} \quad (3)$$

где S_i - сумма рангов для каждого i -ого единичного показателя эффективности.

Чем больше значение весового коэффициента, тем важнее характеристика. Окончательная формула для расчета комплексного показателя эффективности выглядит следующим образом:

$$K_{КСП} = \sum q_i * X_i \quad (4)$$

где X_i – средняя оценка единичного показателя эффективности.

Оценочные результаты, представленные экспертами, были получены в ходе их анкетного опроса. Данные ранжирования наиболее значимых характеристик бренда представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Оценка показателей эффективности бренда по степени важности

Эксперты	Показатели						
	X	X	X	X	X	X	X
	1	2	3	4	5	6	7
1	1	4	2	6	3	5	7
2	1	2	3	5	4	7	6
3	2	4	1	6	3	5	7
4	1	5	3	4	2	6	7
5	1	4	2	5	3	7	6
6	1	2	3	5	4	7	6
7	1	4	2	6	3	5	7
Сумма рангов	6	19	11	26	15	30	33

Для оценки согласованности мнений экспертов и обоснования возможности использования данных, воспользуемся формулами 1 и 2. Откуда получаем, $W=0,87$. Значение коэффициента конкордации является достаточно хорошим, поэтому целесообразно применение полученных методом экспертных оценок данных. Рассчитаем по формуле 3 коэффициенты весомости для каждого показателя эффективности. $q_1=0,65$ $q_2=0,1$ $q_3=0,19$ $q_4=0,08$ $q_5=0,14$ $q_6=0,06$ $q_7=0,06$

Теперь мы имеем возможность оценить непосредственно бренд «Братья Грилль». Для этого воспользуемся данными второй части анкеты респондентов, предполагающей ранжирование оценок «Братья Грилль» по выбранным параметрам эффективности. Полученные результаты отражены в таблице 2.

В результате мы располагаем следующей формулой для вычисления коэффициента конкурентоспособности:

$$K_{КСП}=0,65*X_1+0,1*X_2+0,19*X_3+0,08*X_4+0,14*X_5+0,06*X_6+0,06X_7$$

Откуда получаем суммарную оценку бренда с учетом коэффициентов весомости равную 4,54.

Таблица 2 – Оценка бренда «Братья Гриль» по показателям эффективности

Эксперты	Показатели						
	X	X	X	X	X	X	X
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
1	6	1	3	4	5	2	7
2	4	5	2	7	3	1	6
3	3	7	6	4	5	2	1
4	1	7	2	5	4	6	3
5	1	4	6	5	2	7	3
6	6	1	3	4	5	2	7
7	4	5	2	7	3	1	6
Средняя оценка	3	4,8	3,8	5	3,8	3,6	4

Полученные результаты. Расчеты показывают, что бренд-стратегия ОАО «Смолевичская бройлерная птицефабрика» является успешной и удовлетворяющей практически всем выбранным показателям эффективности в полной мере. Однако, являясь положительно зарекомендовавшей себя компанией, птицефабрика не должна останавливаться в своем развитии, прекращать поиск новых форм продвижения продукции, чтобы уверенно вести конкурентную борьбу. Для увеличения эффекта от брендинга необходимо рационально использовать выделяемые ресурсы. Также нужно проводить грамотную коммуникационную политику, постоянно обновлять ассортимент выпускаемой продукции.

*Шпилевская Евгения Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Любецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Интегрированные маркетинговые коммуникации как важнейший элемент коммуникационной политики

Актуальность. В настоящее время становится все сложнее и сложнее удивить и привлечь потребителя, поэтому товаропроизводители стараются при проведении коммуникационной политики привлечь потребителя с помощью комбинирования отдельных элементов маркетинговых коммуникаций или используя более современное определение интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Методика и содержание исследования. Целью данной статьи является изучение интегрированных маркетинговых коммуникаций как важнейшего элемента коммуникационной политики. В качестве методов исследования использованы монографический, исторический, абстрактно-логический и др. методы.

Начиная с конца девяностых годов среди рекламистов все большую популярность стала приобретать концепция «интегрированных марке-

тинговых коммуникаций». Наибольший вклад в современное понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) сделали специалисты в области PR, рассматривая его в стратегическом контексте. Впервые данное понятие в своих книгах употребили Дон Шульц и Стэнли Тонненбаум в 1992 году.

Интегрированные маркетинговые коммуникации имеют более 500 определений и те или иные отличаются друг от друга, однако у них имеется кое-что общее: «интегрированные маркетинговые коммуникации» – эффективная концепция, которая развивается в течение последнего десятилетия, приспособившаяся к изменяющемуся рынку и обществу и вбирая в себя все больше понятий из смежных областей знаний маркетинговых дисциплин.

Инструментами интегрированных маркетинговых коммуникаций являются: реклама; связи с общественностью; стимулирование сбыта; прямой маркетинг; личная продажа; спонсорство. В основе ИМК лежат следующие основные принципы:

- начинаются с потребительских восприятий и деятельности.
- интегрируют стратегию бизнеса в целом с потребностями и видами деятельности отдельного потребителя.
- координируют все коммуникации бизнеса в рамках полного набора маркетинговых коммуникаций.
- устанавливают контакт с потребителем и ведут с ним диалог.
- стараются готовить коммуникации под заказ, чтобы они точнее соответствовали вкусам отдельных заказчиков.

Алгоритм составления интегрированных маркетинговых коммуникаций – процесс достаточно долгий и трудоемкий, состоящий из 9 этапов: 1) оценка ситуации; 2) постановка целей; 3) выбор целевой аудитории; 4) выбор маркетинговых коммуникаций-микс, 5) разработка идеи маркетинговых обращений, 6) выбор средств доставки маркетинговых обращений, 7) бюджетирование и оптимизация расходов на ИМК, 8) реализация стратегии ИМК, 9) оценка результатов.

Полученные результаты. Таким образом, интегрированные маркетинговые коммуникации повышают эффективность деятельности организации в целом, приводят к увеличению получаемой ею прибыли. Комплексное сообщение оказывает большее воздействие на потребителей, чем разрозненные десятки отдельных несогласованных посланий. Единая консолидированная и четкая стратегия коммуникаций имеет больше шансов прорваться через «шум» нескольких тысяч коммерческих сообщений, которые интенсивно бомбардируют потребителя каждый день. Она может резко повысить объем продаж за счет расширения диапазона действия сообщений как при помощи коммуникационных инструментов, так и через дополнительные функции бизнеса, позволяющие повысить осведомленность потребителей и, в конце концов, побудить их покупать продукт или услугу повторно.

*Шпилевская Евгения Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права,
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Любецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Изучение теоретических основ коммуникационной политики

Актуальность. Актуальность данной темы состоит в том, что использование коммуникационной политики необходимо для каждого предприятия в независимости от сферы деятельности и поэтому для достижения наиболее полного эффекта предприятие использует весь комплекс коммуникационной политики: реклама, персональные продажи, прямой маркетинг, стимулирование сбыта и связи с общественностью, а также многое другое.

Методика и содержание исследования. Целью данной работы является изучение теоретических основ коммуникационной политики. Исходя из цели своей работы, мы поставили перед собой следующие задачи: определить элементы коммуникационной политики, рассмотреть факторы, определяющие структуру комплекса маркетинговых коммуникаций и исследовать интегрированные маркетинговые коммуникации как один из важнейших элементов коммуникационной политики. Проведенные нами исследования в области коммуникационной политики позволяют сделать вывод, что являясь одним из важнейших элементов любого предприятия она, имеет свои специфические особенности и различный состав компонентов для каждого предприятия в зависимости от отраслевой принадлежности, жизненного цикла товара, сезонности спроса, масштаба деятельности и других факторов и часто используются комплексным образом. Коммуникационная политика состоит из множества элементов:

- реклама – платное, однонаправленное, неличное, опосредованное обращение, пропагандирующее товар, марку, фирму и готовящее потенциального потребителя к покупке;
- связь с общественностью – планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью;
- стимулирование продаж – это одна из форм маркетинговых коммуникаций, назначение которых состоит в содействии росту объема реализации товара;
- персональная продажа – это продажа товара непосредственно покупателю.

Вышеприведенные компоненты коммуникационной политики являются очень важными, однако не стоит забывать и о таких элементах как прямой маркетинг, спонсорство и т.д. В конкретной ситуации отдельные формы маркетинговых коммуникаций могут играть разную роль – от определяющей до вспомогательной. При этом только их ис-

пользование в совокупности позволяет получить желательный для фирмы эффект.

Говоря об проведенных исследованиях в данной теме, мы упомянули факторы, без которых невозможно определить программу коммуникационной политики. Основными из них являются: тип покупателя; вид товара; жизненный цикл товара; применяемая стратегия; финансовые возможности предприятия; степень покупательской готовности.

Рассматривая эти факторы в отдельности можно говорить о том, что предприятие само выбирает на какие факторы они делают упор в большей степени, однако, не комбинируя их можно ошибиться при принятии решения и весь смысл задуманной коммуникационной политики окажется ошибочным.

Полученные результаты. В общественных процессах современного коммуникационного общества все более значительную роль играет коммуникационная политика. Основная задача компании в сфере коммуникационной политики – постоянно держать руку на пульсе жизни, ловить изменения окружающей среды и выстраивать свою позицию адекватно рынку и поставленным стратегическим целям. В условиях усиления конкурентного давления, компании, чтобы успешно конкурировать, недостаточно создать доступный для целевых потребителей и удовлетворяющий их потребности продукт. Особое внимание необходимо уделять качеству коммуникационной политики.

Щербакова Екатерина Юрьевна, магистр, факультет информационных технологий, Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства (филиал г. Пенза)

Научный руководитель – Шмелева А.Н., докт. экон. наук, профессор, профессор каф. управления инновациями

Использование технологий маркетинговых исследований на предприятии

Актуальность. Эффективное развитие предприятия, поиск новой ниши на рынке, удовлетворение запросов потребителя, выпуск новой продукции, увеличение объема продаж зависит от использования технологий маркетинговых исследований на предприятии.

Методика и содержание исследования. ОАО «Пензенский хлебозавод №2» один из крупнейших производителей хлебобулочных, мучных кондитерских, макаронных и кремовых изделий. В сентябре 1999 года ОАО «Пензенский хлебозавод №2» вошел в крупнейший агропромышленный холдинг в Поволжье - ЗАО АПО «Пензахлебопродукт». В 2012 году руководством предприятия совместно с руководством и департаментом маркетинга управляющей компании АПО «Пензахлебопродукт» было принято решение о поиске новых незанятых ниш на рынке хлебобулочных изделий с целью более полного удовлетворения запросов потребителя, выпуска новой продукции, увеличения общезаводского объема продаж и загрузки производствен-

ных мощностей. Проведенные маркетинговые исследования показали, что наиболее перспективным является выпуск мелкоштучной хлебобулочной продукции (массой от 50 до 200 г). По данным телефонного опроса потребителей, проведенного по заказу управляющей компании хлебозавода – АПО «Пензахлебопродукт» в 2012 г, в Пензе мелкоштучную продукцию покупали 55% респондентов (52% в Москве и 57,5% в Санкт-Петербурге), при этом более 60% из них – с частотой от одного до 4-х раз в неделю. Наибольшим спросом пользовались слойки, сдобные булочки, ромовые бабы, кексы и сочни. Постепенно завоевывали на тот момент популярность круассаны (17%): для сравнения, в Москве – 37%, в Санкт-Петербурге – 25%. При покупке в основном обращают внимание на свежесть/дату выпуска (64%), и внешний вид (49%). На момент проведения исследования около 40% опрошенных не могли точно назвать производителя, что говорило об отсутствии определенных предпочтений и узнаваемости. Перед заводом встала задача освоения этого сегмента, чтобы позиционировать себя как производителя высококачественной мелкоштучной продукции в упаковке. При этом предпочтителен небольшой вес и наличие разнообразных начинок, которые не впитываются в тесто и не вытекают. Упаковка позволяет обеспечить узнаваемость продукции и производителя, соблюсти гигиенические нормы, замедлить процесс черствления и получить допуск в сетевые магазины. Для оценки конкурентной ситуации на рынке мелкоштучной хлебобулочной продукции г. Пензы было проведено исследование розничной сети на предмет изучения ассортимента, наиболее востребованных позиций и основных производителей. В качестве объекта исследования выступали 50 магазинов, имеющих широкий выбор данной продукции. Исследование показало, что выпечкой 7 наиболее востребованных позиций (слойки, сдоба, круассаны, плюшки, сочни, ромовые бабы и кексы) занимается около 10 индивидуальных предпринимателей и минипекарни (большим спросом пользуется продукция «Шоколад.Ру»). Практически вся продукция продается без фирменной упаковки (или в пищевой пленке), за исключением круассанов марки «7 days» (Санкт-Петербург). Узнаваемость производителей очень низкая, исключение составляют производители, продающие продукцию в фирменных точках (например, «Шоколад.Ру») и «7 days». Опрос продавцов показал, что мелкоштучная продукция быстро раскупается при условии свежести и привлекательного внешнего вида. Основное время покупки – с 12.00 до 14.00 (обеденные перерывы) и ранний вечер (после окончания рабочего дня). Особенно хорошо продается продукция в фирменных точках «Шоколад.Ру». В целом необходимо отметить, что уровень конкуренции относительно невысокий, большая часть частных производителей специализируется на пирожках, среднеценовый сегмент не развит, отсутствует высококачественная упакованная продукция. Спрос на мелкоштучку со стороны торговли оценивается по городу примерно в 9 тонн в сутки. По оптимистическому прогнозу хлебозавод мог занять долю

до 50 %. Ценовой мониторинг по группам мелкостучной продукции позволил рассчитать отпускные цены основных производителей и подготовить рекомендуемые отпускные цены с НДС для хлебозавода (около 8 руб. за 100 г в зависимости от рецептуры). После анализа внешней маркетинговой среды был проведен анализ внутренней среды предприятия, который показал, что у хлебозавода есть все необходимые условия для успешной реализации проекта по выпуску мелкостучной хлебобулочной продукции массой менее 200 г. Службами завода совместно было составлено комплексное обоснование данного проекта, которое было рассмотрено на серии маркетинговых, ассортиментных, дегустационных и ценовых комитетов. Были также проведены Дни качества, посвященные только мелкостучной продукции (разработке и совершенствованию рецептур, определению органолептических, физико-химических и микробиологических показателей по каждому наименованию, оценке внешнего вида и вкуса представленных образцов и пр).

Обеспечение стабильно высокого качества выпускаемой продукции для максимального удовлетворения потребителей стало главной задачей предприятия. Вся продукция прошла необходимые испытания и была сертифицирована на соответствие ГОСТ и системам качества ИСО и ХАССП.

Полученные результаты. Таким образом, благодаря использованию технологий маркетинговых исследований на предприятии объем продаж за год был достигнут около 3,8 т/сутки, что составляет 88% от планируемого показателя (лидируют круассаны – 40%, что подтвердило тенденции, выявленные в ходе исследований в 2012 г). Наличие сертификатов соответствия и маркировки упаковки знаками ИСО 9001 и ХАССП дополнительно гарантировало покупателям высокое качество выпускаемой продукции и повышало имидж производителя.

*Юшкевич Александр Петрович, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Любецкий П.Б., зав. каф. маркетинга*

Брендинг как современная маркетинговая технология

Актуальность. В условиях жесткой конкуренции перед коммерческими организациями, в том числе широко известными предприятиями, возникает достаточно сложная задача: удержать свои позиции на рынке и сохранить эффективность деятельности. Как правило, руководством компаний осуществляется ряд мероприятий по увеличению доли на рынке, по снижению затрат в целях осуществления ценовой конкуренции и множество других. Но зачастую этого бывает не достаточно для того, чтобы выжить.

Многие специалисты все больше склоняются к выводу, что основным фактором успеха большинства предприятий является верность потребителей, другими словами, их «лояльность». Данное понятие

появилось у нас в стране не так давно, но уже смогло привлечь к себе интерес. Высшая степень лояльности потребителей – это почти фанатичное почитание бренда.

В настоящее время тема брендинга становится особенно актуальной. Ассортимент товаров постоянно расширяется, технологический уровень производства достиг такого положения, что качественные характеристики аналогичных товаров практически не отличаются. Именно поэтому для производителей стало очень важным придать своему продукту индивидуальность, запоминающийся образ, который бы выделял его в своей товарной группе. Эту задачу с успехом решает брендинг.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – рассмотрение брендинга, как современной технологии маркетинговой деятельности. Для исследования были использованы методы анализа и синтеза, сравнительный, аксиоматизации.

Полученные результаты. Проанализировав определения различных авторов, мы пришли к выводу что, бренд – это прежде всего имя (название) объекта сбыта (фирмы, товара, услуги, идеи, личности и т.д.), особенностями которого являются повсеместная известность и глубокая укоренённость в массовом сознании. Необходимо различать правовой и психологический подход к пониманию бренда. С правовой точки зрения рассматривается только товарный знак, обозначающий производителя продукта и подлежащий правовой защите. С точки зрения потребительской психологии речь идёт о бренде как об информации, сохраненной в памяти потребителей.

Бренд помогает решить следующие задачи:

- идентифицировать (узнать) товар при упоминании;
- отличаться от конкурентов, т.е. выделять товар из общей массы;
- создать в сознании потребителей привлекательный образ, вызывающий доверие;
- сосредоточить положительные эмоции, связанные с товаром;
- принять решение о покупке и получить удовлетворение от принятого решения;
- сформировать группу постоянных покупателей, ассоциирующих с брендом свой образ жизни (приверженцы бренда);

Процесс брендинга предполагает применение всех видов маркетинговых коммуникаций с использованием авторских методик по каждому виду.

Для того чтобы успешно осуществлять свою деятельность на рынке, производителю необходимо сделать все возможное для создания устойчивой потребительской базы. От того, насколько лоялен потребитель по отношению к предприятию, во многом будут зависеть объемы продаж, а значит и эффективность предприятия.

Для этого многие предприятия создают бренды. Процесс брендинга включает в себя логически последовательные этапы, описанные различными моделями. На наш взгляд модель компании *Brandinsitute Inc.*

(известного агентства по созданию брендов) и модель создания бренда такого зарубежного автора как Дэвида Аакера, на сегодняшний день являются наиболее актуальными. Данные модели подробно описывают этапы создания бренда, и включают в себя:

- позиционирование бренда на рынке
- формирование стратегии бренда
- разработка содержания, идеи бренда
- выбор названия товара
- лингвистический анализ
- предварительное тестирование

При реализации брендированного продукта, важными являются такие факторы как:

- качество обслуживания (обслуживать клиентов с юмором, своеобразно);
- новаторство (первыми выступать с подлинно новаторскими «приколами» и услугами, дающими больше ценности за те же деньги);
- больше ценности за меньшие деньги (обеспечивает ценность во всех своих предложениях, а не только в самом дорогостоящем варианте).

Создание бренда – творческая работа, требующая глубокого знания рынка, потребителя и конкурентов.

Бренд сам по себе еще не является залогом жизнеспособности компании. Необходимо постоянно осуществлять ряд действий, которые можно охарактеризовать как «управление брендом». Управление брендом – это процесс, который требует постоянного внимания к изменяющейся ситуации на рынке, исследования потребительских предпочтений и отслеживания деятельности основных конкурентов.

Первый ракурс управления брендом – это его позиционирование на рынке. Выбор наиболее оптимальной позиции – залог успеха любого современного бренда и основа его интенсивного развития. Позиционирование бренда означает создание в представлении потребителей четкой позиции компании среди конкурентов. Сюда входит непосредственно предлагаемая продукция, особенности ее использования и методы реализации, имидж и стиль жизни, с которыми бренд ассоциируется у потребителей. Согласно позиционированию разрабатывается политика управления брендом.

Любое успешное управление брендом невозможно без создания строгой системы. Система управления брендом основывается на его платформе, требует регулярных измерений контрольных показателей бренда и построения стратегии развития. Основа бренд-платформы – это идеология создателя бренда, которая проникает во все разработки и действия, производимые компанией. Система контроля показателей бренда обязательно должна включать в себя материальные и нематериальные показатели.

На сегодняшний день, тема брендинга является весьма актуальной для товаропроизводителей. Брендированный товар – товар, имеющий индивидуальные качества, которые выделяют его из товарной группы. Процесс создания бренда– творческая работа, требующая глубокого знания рынка, потребителя и конкурентов. Созданный бренд нужно стимулировать и поддерживать, иначе он потеряет свой успех.

КАФЕДРА АГРОБИЗНЕСА

СЕКЦИИ

№9 «Совершенствование коммерческой деятельности предприятий обрабатывающей промышленности АПК»

№10 «Совершенствование коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий АПК»

Андреюк Юлия Васильевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Васильев В.В., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса

Основные экономические риски в плодоовощном подкомплексе Республики Беларусь

Актуальность. На современном этапе рынок плодоовощной продукции является одним из важных сегментов продовольственного рынка Республики Беларусь. Он характеризуется рядом специфических признаков, соответствующих конкретным условиям социально-экономического развития страны и формирования рыночных отношений: многолетний дефицит плодовой продукции отечественного производства по сравнению с потребностями, что вызывает необходимость её импортных поставок при практическом отсутствии конкурентной ситуации для внешних поставщиков; функционирование на рынке субъектов как крупнотоварного, так и мелкого производства плодово-ягодной и овощной продукции, представленного владельцами приусадебных участков; слабое развитие производственной инфраструктуры плодово-ягодного подкомплекса (недостаточная обеспеченность хранилищами и устаревшие технологии хранения), вследствие чего значительная часть выращенной продукции становится неконкурентоспособной; низкий уровень развития маркетинга, что выражается в недостаточной изученности рыночного спроса и предложения, отсутствии информационно-маркетинговых систем. Всё это затрудняет формирование стабильного рынка плодов и овощей на основе их отечественного производства.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – разработка методических подходов, процедур и практических инструментов управления рисками на промышленных предприятиях. Для

достижения поставленной цели в процессе исследования решались следующие задачи:

- исследовались теоретические и методологические аспекты управления рисками;
- изучались принципы и методы оценки хозяйственных рисков;
- проводился анализ факторов внешней и внутренней среды, влияющих на хозяйственные риски в плодоовощном подкомплексе;
- вырабатывались методические рекомендации по разработке и реализации программы управления рисками в плодоовощном подкомплексе;
- обосновывались методы предупреждения и снижения хозяйственных рисков в плодоовощном подкомплексе.

Полученные результаты.

В зависимости от сферы осуществления экономической деятельности, формы проявления ее характерных черт, можно выделить следующие виды экономических рисков:

- производственный (погодный, технический, технологический, распределительный, организационный, риск случайной гибели, управленческий, прочие риски);
- посреднический (риск прямой потери прибыли, риск косвенных денежных и импульсивных убытков, риск возникновения гражданской ответственности, прочие риски);
- коммерческий (риск недопоставок продукции, риск нереализации, риск потерь, прочие риски);
- финансовый (кредитный, имущественный, страховой, валютный, и прочие);
- инновационный (социальный риск; риск связанный с реализацией достижений научно технического прогресса и прочие);

Следует отметить, что в 2010 году произведено 60 кг плодов и овощей на одного жителя республики при норме потребления 80 кг.

Импорт составил 224,6 тыс. т овощей на сумму 226,3 млн. долларов США, а экспорт – всего 10,3 тыс. т на сумму 29,7 млн. долларов. Таким образом, расходы по импорту превысили выручку от экспорта в 7,6 раза.

В овощном подкомплексе Беларуси особо остро стоит проблема обеспеченности производителей овощей современными хранилищами. Одним из выходов в сложившейся ситуации является создание рыночных структур интегрированного типа, объединяющих все стадии производства, хранения и реализации овощной продукции. Создание холдинговых компаний позволит создать техническое и экономическое единство и непрерывность этапов производства, транспортировки, хранения, переработки и сбыта овощей, минимизировать импорт овощной продукции, экспортировать ее на долгосрочной основе. Таким образом, создаются серьёзные предпосылки для эффективного управления экономическими рисками.

Богодяж Антон Петрович, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Дулевич Л.И., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агро-бизнеса

Совершенствование сбыта на предприятиях АПК на основе оптимизации ассортимента и внедрения новых видов продукции

Актуальность. С учетом происходящих в настоящее время интеграционных процессов в отраслях перерабатывающей промышленности целесообразными являются подходы к оптимизации ассортимента, а также оценка соответствия действующей структуры производства и ее эффективности программным документам, определяющим направления ее развития на среднесрочную перспективу, в частности комплексным планам развития перерабатывающей промышленности Республики Беларусь на 2008-2015 годы. В связи с этим представляется важным показать, что в нынешних условиях хозяйствования своевременное обновление ассортимента продукции с учетом изменения конъюнктуры рынка является одним из важнейших индикаторов деловой активности предприятия и его конкурентоспособности.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является анализ и разработка рекомендаций по совершенствованию ассортимента и структуры продукции на УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов» с учетом потребностей рынка и возможностей предприятия.

В процессе исследований были использованы следующие методы: теоретический анализ, сравнительный метод, обобщение, монографический, экономико-статистический, расчетно-конструктивный. Аналитическая часть научной работы выполнена по материалам бухгалтерской и статистической отчетности УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов» за 2009-2011 годы.

Полученные результаты. В настоящее время УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов» находится в числе лидирующих предприятий в системе Департамента по хлебопродуктам. Это крупнейший в регионе производитель различных видов муки и комбикормов, а также макаронных изделий в нашей республике. Каждая четвертая тонна хлебопродуктов выпускается на Борисовском комбинате. Комбинат выпускает свою продукцию под торговой маркой «Уладар».

На сегодняшний момент ассортимент выпускаемой продукции на комбинате продуманно расширен. Получена финансовая поддержка со стороны государства, заинтересованного в реализации программы по импортозамещению. Кроме того, комбинат активно инвестирует в производство свою прибыль и заемные средства. За период 2005-2011гг. ассортимент выпускаемой продукции на предприятии увеличился с 5 до 18 товарных позиций.

В структуре производства продукции наибольший удельный вес занимают комбикорма (36,8 %), мука высшего сорта (22,9 %), а также макаронные изделия (20,9 %).

Рост прибыли наблюдается практически по всем видам продукции. Наибольший удельный вес в структуре прибыли предприятия занимает прибыль от реализации комбикормов (32,7 %), макаронных изделий (22,4 %) и муки пшеничной в/с (9,3 %). Список наиболее рентабельных видов продукции возглавили мучные полуфабрикаты (7,6 %), макаронные изделия (короткорезанные) (5,4 %), а также мука ржаная обдирная и ржаная сеяная – по 5 %.

Коллектив комбината постоянно осваивает новые виды продукции. Направления в разработках принимаются в соответствии с постоянно возрастающими требованиями потребителей. Удельный вес новой продукции в общем объеме производства в 2011 г. составил 3,6 %, увеличившись по сравнению с предыдущим годом на 0,4 пункта.

При формировании структуры ассортимента УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов» руководствуется тремя основными показателями: объемом спроса, ликвидностью и прибыльностью товара. Нужно подчеркнуть, что приоритетность показателей распределена именно в таком порядке. Большое внимание уделяется востребованности товара на рынке, затем анализируется его ликвидность. Предприятие оперирует значительными объемами привлеченных средств, поэтому важно, как скоро оно сможет получить деньги за товар и расплатиться по обязательствам. И, разумеется, учитывается прибыльность товара.

Определить, насколько структура ассортимента УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов» является экономически рациональной, позволил ABC-анализ. Данный метод был применен к таким показателям как товарные запасы и прибыль. В результате проведенного анализа определено, что в целом структура ассортимента УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов» является оптимальной. Наибольшую прибыль предприятию (80 %) приносят такие товарные позиции как комбикорма и макаронные изделия (группа «А»). Поэтому необходимо обеспечивать постоянное наличие этих товаров в производстве.

Мука в/с и мука ржаная обдирная (группа «Б») приносят 15 % прибыли предприятию, к тому же на данную продукцию существует повышенный спрос (на муку в/с на внутреннем рынке, на муку ржаную обдирную – на внешнем рынке).

Полуфабрикаты мучных изделий, манная крупа и мука ржаная сеяная (группа «С») – наименее прибыльные товары. Однако к ним следует подходить с особым вниманием, так как это сравнительно новые виды продукции и по ним возможен рост прибыли в дальнейшем. К тому же, полуфабрикаты мучных изделий – один из востребованных на рынке мукомольной продукции видов продукции, доказательством тому является высшая специальная премия – Гран-при за широкий ассортимент и качество продукции в номинации «Смеси мучные», при-

сужденная УП «Борисовский комбинат хлебопродуктов» по итогам XIV республиканского конкурса потребительских предпочтений «Продукт года-2011». Остальные товарные позиции (мука 1/сорта, мука 2/с, мука ржаная обойная), вошедшие в группу «С» – претенденты на исключение из ассортимента. Однако, руководству предприятия следует с осторожностью подходить к этому вопросу, учитывая вклад этих изделий в покрытие постоянных и переменных затрат, а также то, что они являются дополнением к другим видам продукции. Поэтому необходимо искать пути для снижения себестоимости данной продукции и расширять рынки сбыта.

Таким образом, значительную роль в деятельности предприятия играет производство комбикормов – данный вид обеспечивает 32,7% прибыли и 32,6% выручки. Этот аспект необходимо учесть при разработке стратегии экономического развития комбината.

Сбытовая политика предприятия ориентирована на стимулирование повышения качества продукции, расширение существующих рынков сбыта и выход на новые рынки.

Бондарева Евгения Петровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Краснова Л.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса

Упаковка и оформление товара

Актуальность. Успех предприятия зависит от его продукции, поэтому в условиях рынка производитель должен всегда следить за сбалансированностью предложения с потребностями потребителя.

Задача маркетолога – разработать такую упаковку, которая могла бы создать устойчивую связь «потребитель – товар», чтобы человек, приходя в магазин, приобретал именно этот товар из множества ему подобных. Человек делает множество незапланированных покупок, и одним из важнейших критериев при приобретении товара является его внешний вид и упаковка. И от того, насколько внятно и ясно товар говорит посредством марки и упаковки «Купи именно меня!», зависит, насколько компании удастся сэкономить свои средства на маркетинг и повысить рентабельность продаж.

Методика и содержание исследования. Традиционное представление об упаковке связано, прежде всего, с ее изначальной функцией – быть оболочкой, контейнером для какого-либо продукта. То есть назначение всякой упаковки – сохранять потребительские качества товара, предотвратить возможную порчу и потерю его при перевозке, хранении и продаже. К основным функциям упаковки относят защиту от внешних механических воздействий – защитная функция, представление информации о продукте – информативная функция, представление самого продукта потребителю – репрезентативная функция и четвертая функция – коммуникативная. Помимо этого, она также несет рекламную информацию и является самым массовым объектом дизайна. Упа-

ковка – презентация основных характеристик товара. Не меньшую роль играет реализованный в упаковке визуальный образ товара, представляющий собой определенное сочетание цветов, шрифта, геометрических форм и других элементов изобразительного ряда. Упаковка помогает рассеянному взгляду потребителя выхватить нужный товар среди пестрого многообразия прилавка. Толковая упаковка выделяет продукт из числа ему подобных и, при прочих равных условиях, обеспечивает продукту предпочтение потребителя.

Всем известно, что в супермаркетах большая часть покупок осуществляется благодаря импульсным покупкам. При этом покупатель в последний момент может изменить предпочтение «своей» торговой марке. Ведь большинство покупателей открыты для новых идей, воздействия рекламы и привлекательности многочисленных упаковок. Соединение этих факторов в единую стратегию может определить успех. Совместно на упаковке и в рекламных материалах должны быть использованы такие визуальные элементы, как лозунги, товарные знаки, девизы, логотипы, или символы, цвета, рисунки и т.д. На печатной или телевизионной рекламе упаковка должна выглядеть так же хорошо, как и на витринах магазинов или в доме потребителя. Содержание же, размещаемое на упаковке, должно информировать, советовать и объяснять способ применения товара. Не стоит забывать, что упаковка всегда соответствовала веяниям времени и потребностями общества. Роль упаковки вторична только по отношению к свойствам самого продукта, но она может играть, а порой и играет, решающую роль в восприятии бренда.

Полученные результаты. Каждый производитель продукции хочет посредством упаковки донести главную информацию о свойствах продукта, его применении, отметить достоинства и по возможности скрыть недостатки. Только таким образом можно добиться успеха на рынке. Упаковка – это инструмент, который при правильном использовании может принести большой доход товаропроизводителю. Товар – это не только простой набор материальных характеристик, а сложный набор выгод, которые удовлетворяют потребности потребителя. Потребитель рассматривает товар с разных сторон и в конечном итоге отдает предпочтение тому или иному товару. Упаковка приносит до покупателя от лица товаропроизводителя концепцию товара.

Бурдыко Елена Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Новикова А.Н., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса

Разработка и оценка коммерческой стратегии организации АПК

Актуальность. В соответствии с Программой развития картофелеводства на 2010 - 2015 гг., утвержденной Постановлением Совета Ми-

нистов Республики Беларусь от 21.07.2010 г. запланирована реализация комплекса мер по техническому перевооружению перерабатывающих организаций, а также по их обеспечению картофелем с хорошими технологическими и биохимическими показателями.

Практика показывает, что те организации, которые осуществляют комплексное коммерческое стратегическое планирование и управление, работают более успешно и получают прибыль значительно выше средней по отрасли. Иными словами: кто лучше планирует свою стратегию, тот быстрее достигает успеха.

Стратегия организации – это генеральный план действий, определяющий приоритеты стратегических задач, ресурсы и последовательность шагов по достижению стратегических целей. Главная задача стратегии состоит в том, чтобы перевести организацию из ее настоящего состояния в желаемое руководством будущее состояние.

В настоящее время большинство белорусских предприятий работают в быстро изменяющемся и трудно предсказуемом окружении, следовательно, нуждаются в методах стратегического управления, хотя часто и недопонимают это.

Некоторые авторы особо выделяют такой тип стратегии роста, как «первопроходца», «пионера» или «раннего выхода», которая означает, что компания предлагает на рынок принципиально новый товар или услугу, получая при этом преимущество «первого хода» в данном бизнесе или в конкретном регионе. Новые рынки появляются, как правило, в результате открытия новых технологий, возникновения новых запросов у покупателей, появления новых финансовых инструментов и т.п.

Методика и содержание исследования. Выполнение коммерческой стратегии является критическим процессом, так как именно он в случае успешного осуществления приводит организацию к достижению поставленных целей. Очень часто наблюдаются случаи, когда организации оказываются не в состоянии осуществить выбранную стратегию. Это бывает либо потому, что неверно был проведен анализ и сделаны неверные выводы, либо потому, что произошли непредвиденные изменения во внешней среде. Однако часто стратегия не выполняется и потому, что управление не может должным образом вовлечь имеющийся у организации потенциал для реализации стратегии.

Этот этап позволяет ответить на вопрос, каким наиболее эффективным способом можно достичь поставленной цели и что для этого необходимо сделать. И так как к одной и той же цели можно двигаться различными способами, то этап выбора стратегии можно обозначить, как выбор маршрута и средства движения к одному и тому же пункту назначения. Для этого в экономической теории существует карта (система) стратегий и перечень механизмов (моделей) выработки стратегического поведения. Рассмотрим существующую систему стратегий предприятия и модели, которые позволяют осуществить выбор того или иного направления развития.

Потеря управляемости народным хозяйством особенно негативно отражается на агропромышленном комплексе как наиболее сложной системе, функционирование которой происходит под влиянием закономерностей экономического, социального и биологического характера. В значительной степени это связано с отсутствием структур управления, адекватных сложности управляемой системы, а также необходимых при этом стратегий, концепций и программ развития, что, в свою очередь, приводит к нерациональному использованию имеющихся финансовых ресурсов.

Полученные результаты. На основе проведенного анализа в процессе разработки стратегии происходит формирование стратегического мышления путем обсуждения и согласования с управленческим линейным аппаратом концепции развития организации в целом; рекомендация новых стратегий развития, создание новых видов изделий, совершенствование уже выпускаемой продукции, формулирование проектов целей и подготовка директив для долгосрочного планирования, а также разработка стратегических планов и контроль за их выполнением.

На сегодняшний день предприятия развиваются и достигают наилучших результатов в своей деятельности. Их задачи состоят в том, чтобы выявить необходимость и провести стратегические изменения в организации; создать организационную архитектуру, способствующую стратегическим изменениям; подобрать и воспитать кадры, способные провести стратегические изменения в жизнь.

*Валиев Вали Алхан Оглы, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Зимовой Р.П., ст. преподаватель каф. агробизнеса*

Оценка и повышение уровня конкурентоспособности товара фирмы на целевом рынке

Актуальность. Конкуренция – это жесткое соперничество людей (фирм), прежде всего в экономической, а также и в других сферах жизни общества. С позиции экономики, конкуренция – это борьба продавцов (производителей) за лучшее удовлетворение требований потребителей, а также соперничество покупателей за приобретение максимально полезных им товаров на наиболее выгодных условиях. Конкуренция, с одной стороны, является залогом непрерывного прогресса общества, препятствует застою в экономике, с другой – неотъемлемыми спутниками конкуренции являются конфликтность, нестабильность, банкротство, увольнение работников.

Методика и содержание исследования. «Конкуренция, по образному выражению Э. Хаббарда, – это жизнь торговли и смерть торговцев». У нас в стране о конкуренции заговорили лишь в связи с проведением рыночных реформ. Поэтому до этого периода конкуренция во-

площадась в различных формах социалистического соревнования, очевидно, что опыта ведения конкурентной борьбы у наших производителей и посредников пока не хватает.

Полученные результаты. Конкурентная борьба на рынке ведется двумя основными методами:

1. Ценовая конкуренция.
2. Неценовая конкуренция.

В первом случае борьба с конкурентами ведется посредством снижения цены на свой товар. Ценовая конкуренция применяется на рынках с приоритетом продавца (превышения спроса над предложением и более интенсивной конкуренции покупателей), в условиях с преобладанием чистой конкуренции (когда существует множество производителей одинаковой продукции), в условиях относительно медленного изменения спроса, недостаточной мобильности капиталов. Ценовой метод конкурентной борьбы малоэффективен, так как конкуренты практически сразу могут предпринять аналогичные ответные шаги. При неценовой конкуренции обеспечивается относительная финансовая стабильность, что позволяет эффективно управлять предприятием. Неценовой метод конкуренции является более эффективным, так как конкуренты не могут столь же молниеносно, как при ценовом, предпринять ответные шаги. Поэтому неценовую конкуренцию называют еще эффективной конкуренцией. Неценовой метод конкуренции требует больших усилий и финансовых затрат по сравнению с ценовой, но он с лихвой окупается в случае успеха.

В зависимости от целей и возможностей фирмы она может выбрать один из нескольких вариантов конкурентного поведения: 1) создание новых продуктов, технологий, методов сбыта, сервиса и рекламы; 2) копирование в минимальные сроки и с минимальными затратами результатов тех, кто создает что-то новое; 3) сохранение достигнутых позиций в течение максимально возможного периода времени путем повышения качества, видоизменения ассортимента и т. п. мер.

Процесс оценки конкурентоспособности включает следующие этапы.

Этап 1. Формирование цели исследования. Наиболее распространенные цели:

- оценка положения товара в ряду аналогичных;
- оценка перспектив реализации товара на конкретном рынке;
- выделение нескольких показателей товара, которые обеспечивают ему необходимый уровень конкурентоспособности;
- разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности;
- установление цен на товары;
- обоснование необходимости снятия с производства или модификации;
- выбор стратегии и тактики работы с товаром на конкретном рынке.

Этап 2. Выбор товаров для анализа. Очень важно правильно подобрать объекты оценки. Все они должны быть ориентированы на один и тот же сегмент потребителей. Товары должны конкурировать в сознании потенциальных потребителей, это могут быть и товары-аналоги, и заменители.

Этап 3. Определение параметров оценки. По группам технических и экономических параметров проводится сравнение для выяснения, насколько параметры соответствуют потребности.

В группу технических параметров входят: параметры назначения, эргономические, эстетические, нормативные.

Этап 4. Определение товара-эталона. Товар-эталон будет являться базой сравнения для всех товаров, участвующих в оценке. В качестве базового образца из группы аналогов могут быть выбраны изделия:

- стабильно реализуемые в больших объемах на конкретном рынке;
- завоевавшие наибольшее число покупательских предпочтений;
- выбранные группой экспертов в качестве эталона. Экспертами в качестве эталона обычно выбирается товар, обладающий наиболее высоким техническим уровнем.

Этап 5. Установление значений показателей. Конкурентоспособность оценивается путем сопоставления количественных значений параметров анализируемой продукции со значениями параметров товара-эталона. При этом сравниваемые параметры должны выражаться в одинаковых величинах измерения. При оценке конкурентоспособности могут применяться дифференциальный, комплексный, смешанный методы. Результатом оценки является одно из следующих заключений:

- товар более конкурентоспособен на данном рынке в сравниваемом классе изделий по сравнению с эталоном;
- товар менее конкурентоспособен на данном рынке в сравниваемом классе изделий по сравнению с эталоном;
- товар в равной степени конкурентоспособен с эталоном на данном рынке в сравниваемом классе изделий;
- товар полностью не конкурентоспособен в сравниваемом классе изделий на данном рынке.

Конкурентоспособность товара определяется как соотношение полезного эффекта к совокупным затратам.

Вероха Людмила Михайловна, магистр, экономический факультет, Гродненский государственный аграрный университет

Научный руководитель – Руденко Е.В., канд. с.-х. наук, доцент, доцент каф. экономической теории

Актуальные вопросы хранения картофеля

Актуальность. Активное развитие в Республике Беларусь рынка плодоовощной продукции, одно из ключевых мест на котором принад-

лежит картофелю, является важным направлением обеспечения конкурентной устойчивости картофелеводства и, как следствие, повышения экономической эффективности агропромышленного комплекса республики в целом. Однако тот факт, что для обеспечения продовольственной безопасности в нашей стране, как и в любой другой, важная роль в растениеводстве отводится зерновым и зернобобовым культурам, сахарной свекле и рапсу, картофель оказался в некоторой степени «забытым».

Методика и содержание исследования. В настоящий момент картофелепродуктовый подкомплекс страны представляет собой не целостную структуру, а совокупность разрозненных предприятий по производству, переработке и сбыту продукции, не объединенных общими экономическими интересами.

Потеря картофелем экономической привлекательности для сельскохозяйственных организаций обусловили значительное сокращение его площадей [2, с.74]. Так, в 2000 г. площади, занятые под картофелем, составили 92 тыс. га, к 2005 г. они сократились в 2 раза, за последние 5 года увеличились до 51 тыс. га. Столько же пашни было отведено под картофель и в 2011 г. Кроме того, на сельскохозяйственные организации приходится менее десятой части валового сбора картофеля, лишь в 2008 г. и 2010 г. он составил 11,1%, а урожайность данной культуры здесь ниже, чем в хозяйствах населения [2, с.113]. В 2011 г. за счет повышения урожайности до 215 ц/га валовой сбор картофеля увеличился в 1,4 раза и составил 1,2 млн. тонн.

Нестабильность валового сбора картофеля, низкий уровень его урожайности в сельхозпредприятиях обусловлен тем, что до настоящего времени не менее 50% площадей картофеля в хозяйствах возделываются для выполнения доведенных заданий по площадям и валовому производству. Естественно, что при такой мотивации уровень товарности картофеля составляет в среднем по стране менее 30% полученного урожая. Остальная же часть за вычетом семенного материала и незначительного количества, реализуемого напрямую населению. Куда же девается остальной картофель. Ответ прост – он попросту портится. 30-40%, а иногда и 70% собранных клубней сельхозпроизводители теряют в связи с несоблюдением условий хранения продукта.

Хранение картофеля в последнее время выступает более важным звеном цепочки «производитель-потребитель», чем непосредственно его производство. Правильная технология хранения данного вида продукции напрямую влияет на экономическую эффективность картофелеводства и перспективы развития отрасли. Ведь только в условиях высокотоварного производства она вполне способна превзойти другие направления полевого растениеводства. Чтобы получить весомую прибыль, необходимо реализовать не менее 80% валового сбора картофеля, причем качество выращенного урожая должно соответствовать потребительским требованиям.

Еще одним немаловажным моментом, значительно влияющим на эффективность картофелеводства, является сезонное колебание цен на овощную продукцию. А секрет успеха сельхозпроизводителя состоит и в том, чтобы выгодно продать собранный урожай. Осенью в связи с превышением предложения овощей и картофеля над спросом цену диктует потребитель, и она минимальна.

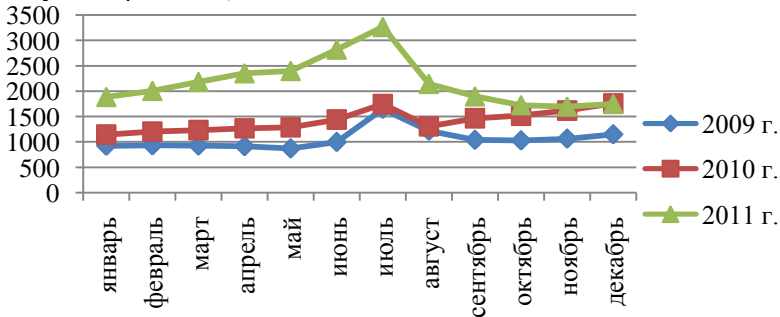


Рисунок 1 – Динамика средней цены на картофель, реализуемый в розничной сети, руб./кг [3]

Как видно из графиков на рисунке 1, наивысший уровень средней цены на картофель приходится на ноябрь-июль, а включительно с августа по октябрь цены относительно низкие. Июльский пик цен связан с поступлением на рынок овощной продукции молодого картофеля. То есть при возможности сохранения урожая клубней до нового сезона с минимальными потерями хозяйство может выйти на рынок со своим картофелем в период наивысших цен на него и получить значительный дополнительный доход. В реальности же многие предприятия в связи с отсутствием качественных и надежных систем хранения данного вида продукции и угрозы потери урожая вынуждены реализовывать картофель до наступления морозов, когда на рынке действуют низкие цены, что наиболее экономически невыгодно в случае получения высокого урожая. Именно в связи с этим вопрос хранения картофеля весьма актуален.

Проблема хранения картофеля особо остро была поднята в Беларуси весной 2011 г., после подведения итогов реализации Государственной программы возрождения и развития села на 2005-2010 годы и утверждения Государственной программы устойчивого развития села на 2011-2015 годы, в рамках которой была разработана и утверждена Государственная комплексная программа развития картофелеводства, овощеводства и плодоводства в 2011-2015 годах (далее – Программа).

На начало 2011 г. сельском хозяйстве республики располагало картофелехранилищами общей емкостью 231,3 тыс.т. Естественно, с учетом объемов производства картофеля этого было явно недостаточно. Согласно Программе в целом по стране к 2015 г. в крупнотоварных ор-

ганизациях необходимо построить, реконструировать и модернизировать картофелехранилища общей емкостью хранения 772,25 тыс. тонн. Считается, что строительство картофелехранилищ позволит получить дополнительно не менее 180 - 240 тыс. руб. на одну тонну картофеля, заложенного на хранение в картофелехранилища [1, с.3].

Полученные результаты. Выбор вида картофелехранилища зависит в первую очередь от ожидаемых урожаев картофеля. Для нашей страны перспективным направлением является строительство бескаркасных арочных хранилищ. Одно такое сооружение можно возвести всего за три месяца и является привлекательным вариантом для сельскохозяйственных предприятий, ежегодно отводимые под картофель площади не превышают 200 га, то при небольшом его производстве.

Одновременно с этим в связи с постоянным импортом в Беларусь широкого ассортимента продуктов из картофеля (картофельные чипсы, сухое картофельное пюре, быстрозамороженный картофель, различные виды модифицированного крахмала) и в соответствии с разработанной Государственной программой импортозамещения планируется оснащение хранилищ комплексами послеуборочной и предреализационной подготовки картофеля. В конечном счете это позволит к 2015 г. обеспечить реализацию картофеля на экспорт в объеме не менее 1 млн. тонн.

Гранит Елена Викторовна, студентка 3 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Метрик Л.В., ст. преподаватель каф. экономики и МЭО в АПК

Стратегические направления развития внешнеэкономической деятельности предприятий мясоперерабатывающей промышленности Республики Беларусь

Актуальность. Современное мясоперерабатывающее предприятие представляет собой открытую социально-экономическую систему. Ее состояние и развитие находятся под сильным воздействием внешней среды, которой присущи неопределенность, динамизм и непредсказуемость, что обуславливает выработку соответствующей перспективной стратегии развития организаций. Поэтому проблема приспособления предприятий к изменениям внешней среды приобретает особую значимость и актуальность.

Методика и содержание исследования. Целью работы является анализ и выявление основных стратегических направлений внешнеэкономической деятельности предприятий мясоперерабатывающей промышленности. Исследования показывают, что главным фактором, препятствующим эффективной деятельности предприятий является недостаточная разработка или отсутствие стратегии развития, содержащей комплекс стратегий на различных уровнях. В процессе иссле-

дований использовались следующие методы анализа данных: абстрактно-логический, монографический, расчетно-конструктивный.

Полученные результаты. Исследования показывают, что в настоящее время в Республике Беларусь наиболее крупными мясокомбинатами с выручкой более 100 млн. долл. США являются: Гродненский, Волковысский, Брестский и Березовский мясоконсервный комбинат. Наибольшую прибыль в 2011 году имели Брестский (12,2 млн. долл. США), Волковысский (9,3 млн. долл. США), Могилевский (7,6 млн. долл. США) мясокомбинаты. Наибольшими перерабатывающими мощностями обладают Гродненский, Витебский, Жлобинский, Могилевский, Волковысский мясокомбинаты. В структуре акционеров наибольшая доля государства у Оршанского, Березовского, Кобринского, Кричевского, Пинского мясокомбинатов (от 86,5% до 100%) [4].

Основными торговыми партнерами, куда Беларусь экспортирует продукцию из мяса, являются: Россия, Иран, Казахстан, Армения, Польша, Литва, Испания, Китай, Украина, Германия, Узбекистан, Бельгия.

Основным экспортёром Республики Беларусь является Россия. По данным Минсельхозпрода, сегодня право на экспорт продукции в Россию имеют 117 белорусских предприятий, в том числе 42 мясоперерабатывающих. В течение 2010 года наметилась тенденция к росту финансовой эффективности экспорта в Россию: мясо и готовые продукты из него продавались по средней цене 3020 долл. США за 1 т. [1]. В Россию экспортируется 99,7% всего экспорта продукции, при этом он увеличился за анализируемый период в 2,3 раза. В 2010 г. были увеличены разовые поставки продукции в Казахстан, Армению, Китай, Узбекистан и Бельгию. Поставки в Польшу сократились в 2010 г. по сравнению с 2006г. в 2,4 раза. Экспорт в Иран увеличились на 1405 тыс. долл. США, темп роста составил 1354,5% [4].

Проследив динамику импорта за период с 2009 г. по 2010 г., можно отметить, что его объемы в значительной степени увеличились, что говорит о росте зависимости от импортного сырья. Так, Польша увеличила свой экспорт в Беларусь на 86219 тыс. долл. США при темпе роста более чем в 5 раз; Германия - чуть более чем в 3 раза или на 27497 тыс. долл. США; импорт из Бельгии увеличился всего на 99,1%; значительно снизились поставки из Нидерландов – на 7053 тыс. долл. США. Существенных изменений в динамике импортируемой продукции из других стран не наблюдалось [3].

Проанализировав динамику экспортных и импортных операций, необходимо отметить, что Республика Беларусь проводит активную внешнеэкономическую деятельность как на рынках Ближнего, так и Дальнего Зарубежья, расширяя диапазон внешнеторговых отношений с каждым годом. Однако при этом во внешнеторговом обороте экспорт мясной продукции превышает импорт, что говорит о том, что Беларусь в значительной мере реализует свой экспортный потенциал, уменьшает зависимость от импортируемой продукции.

Краткий обзор мирового рынка развития мясной промышленности показывает, что до 2018 года мировое потребление мяса будет постепенно увеличиваться. А мировое производство мяса к 2018 году вырастет до 328 млн. тонн, причем годовой прирост производства мяса птицы значительно – на 2,3%, превысив показатели по производству свинины и баранины (на 1,8%), а также говядины (1,3%) [2]. В долгосрочной перспективе – до 2018 года – предполагается ежегодный рост торговли мясом на 2,4%.

Таким образом, для дальнейшего развития на далекую перспективу мясоперерабатывающей промышленности необходима эффективная стратегия внешнеэкономической деятельности, направленная на преодоление сложившейся негативной тенденции ухудшения финансового положения; применение ресурсосберегающих технологий, снижение издержек производства; улучшение качества продукции для повышения ценовой конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках; развитие отечественной животноводческой базы; совершенствование и применение более гибкой ценовой политики; завоевание новых рынков сбыта и увеличение доли существующих; увеличение доли производимой продукции с высокой добавленной стоимостью; тесное сотрудничество производства и научных центров, университетов. Это будет способствовать созданию отечественной инновационной техники и технологических приемов.

Реализовав эти направления стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия мясной промышленности и в целом Республика Беларусь сможет выйти на новый уровень мирового развития, обеспечить продовольственную безопасность страны; воспользоваться всеми преимуществами от внешнеэкономической деятельности.

Дацкевич Галина Валерьевна, студент 4 курса, факультет бухгалтерского учета, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Недюхина О.М., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. финансов и контроля в сельском хозяйстве

Лизинг как коммерческая деятельность сельскохозяйственных организаций АПК

Актуальность. Изменения экономических условий хозяйствования вызывают необходимость внедрения новых методов обновления материально-технической базы и модификации основных фондов различных отраслей деятельности. Одним из таких методов является лизинг. Развитие лизинга в Республике Беларусь обусловлена значительной физической изношенностью производственных основных фондов, наличием морально устаревшего оборудования, низкой эффективностью его использования и др. Одним из вариантов решения этих проблем может быть лизинг, который объединяет все элементы внешнеторговых, кредитных и инвестиционных операций.

Методика и содержание исследования. Многолетний опыт использования лизингового механизма в предпринимательской деятельности многих стран мира позволяет сделать вывод о его эффективности. С помощью лизинга реально могут быть привлечены инвестиции, необходимые для модернизации основных фондов в различных отраслях экономики Республики Беларусь, а также может значительно увеличиться эффективность использования оборудования, недвижимого и движимого имущества.

В мировой практике в основном лизинг используется как средство обновления основных фондов сельскохозяйственного предприятия. Такая функция проявляется в приобретении имущества предприятием при трехсторонней сделке с участием банка, лизингодателя и лизингополучателя.

Предлагаем рассмотреть производственную ситуацию. У сельскохозяйственного предприятия ОАО «Мельковское» мясомолочного направления имеются доильные установки общей стоимостью 120 млн. руб. При расчете эффективности деятельности предприятия менеджеры посчитали деятельность предприятия неэффективной. Было принято решение изменить направление деятельности. Данные установки в производстве на предприятии ОАО «Мельковское» не задействованы. Продать данные установки невозможно по причине их высокой стоимости. В аренду сдавать экономически не выгодно из-за уплаты налога на недвижимость, и земельного налога. Здесь наиболее подходящим способом получить прибыль с наименьшими затратами – сдать установки в лизинг. В данном случае предприятие ОАО «Мельковское» будет выступать лизингодателем. СПК «Бринтувищи» выгодно взять в лизинг данные основные фонды. В первую очередь рассчитаем оплату финансового лизинга.

Таблица 1 – Расчет оплаты финансового лизинга, млн. руб.

Годы	Стоимость объекта	Средняя задолженность	Годовой взнос	Проценты	Другие расходы	Общая задолженность
2012	120	105	30	26,3	4	60,3
2013	90	75	30	18,8	4	52,8
2014	60	45	30	11,3	4	45,3
2015	30	15	30	3,8	4	37,8
Итого	х	х	120	60	16	196,2

Таким образом, балансовая стоимость установок составляет 120 млн. руб. При передаче данных установок в лизинг общая задолженность СПК «Бринтувищи» будет составлять 196 млн. руб. При том, что прибыль ОАО «Мельковское» будет равна 76,2 млн. руб.

Полученные результаты. При данной сделке ОАО «Мельковское» будет получать прибыль не простаивая производственные мощности, а

СПК «Бринтувищи» сможет приобрести на выгодных условиях данные основные фонды для своей деятельности.

Также можно поступать и с различными видами оборудования, установок, техники и т.д.

Такая схема одного из коммерческих направлений деятельности сельскохозяйственного предприятия поможет снизить количество убыточных предприятий в целом в республике. За январь-февраль 2012 года в Республике Беларусь в сельском хозяйстве насчитывается 36 единиц убыточных предприятий, притом, что чистый убыток убыточных организаций по сравнению с январем-февралем 2011 года выросла в 1,8 раза.

Лизинг как коммерческая деятельность сельскохозяйственного предприятия способствует:

- снижению простоев основных фондов; получению прибыли от неосновной деятельности; увеличению использования основных фондов в производстве; увеличению специализации производства; получению существенных налоговых льгот на передаваемое в лизинг имущество; осуществлению инвестиций в форме имущества, в отличие от денежного кредита, снижают риск невозврата средств, так как лизингодатель сохраняет право собственности на переданное в лизинг имущество;

- получить комиссионное вознаграждение лизингодателя;
- направлению финансовых ресурсов непосредственно на приобретение материальных активов, тем самым, снимая проблему нецелевого использования кредитных средств и т.д.

Лизинг как источник финансирования капитальных вложений способствует:

- при минимальных единовременных затратах приобрести современное оборудование и технику в достаточных количествах. При этом нет необходимости при приобретении дорогостоящего имущества аккумулировать собственные средства, которые, как правило, вложены в запасы, готовую продукцию, участвуют в расчетах с дебиторами, т.е. являются источником финансирования текущей деятельности предприятия;

- экономить значительные суммы при уплате в бюджет налога на прибыль, так как лизинговые платежи относятся на себестоимость;

- применению в отношении объекта лизинга механизма ускоренной амортизации с коэффициентом до 3-х, что позволяет предприятию максимально быстро восстановить через себестоимость инвестиционные затраты. По истечении действия договора лизинга имущество отражается на балансе лизингополучателя по минимальной, либо нулевой остаточной стоимости. В дальнейшем, предприятие может существенно снизить себестоимость производимой продукции по статье «Амортизация основных фондов» и т.д.

Таким образом, лизинг является не только формой инвестирования капитальных вложений, но и одним из направлений коммерческой деятельности предприятия.

Дацкевич Галина Валерьевна, студент 4 курса, факультет бухгалтерского учета, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Недюхина О.М., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. финансов и контроля в сельском хозяйстве

Лизинг как средство технического перевооружения белорусской экономики

Актуальность. Основная часть предприятий Республики Беларусь нуждается в современном и высокопроизводительном оборудовании и технике, так как имеющиеся мощности, участвующие в производственном процессе, в большинстве случаев, не в состоянии производить качественную продукцию, способную конкурировать, на внешнем и внутреннем рынках, всё это связано с их высокой моральной и физической изношенностью.

В сложившейся ситуации предприятия своими силами не могут быстро изменить ситуацию, так как число убыточных предприятий стремительно увеличивается, и у них просто нет финансовых средств для технического перевооружения. К тому же владельцы свободного капитала недостаточно заинтересованы в инвестициях в реальный сектор экономики из-за его нестабильности. Дотации же государства используются на погашение текущих долгов и увеличивают уровень инфляции. Банки предпочитают вариант краткосрочного коммерческого кредитования под высокие проценты, которые трудно возместить прибылью от производственной деятельности. Ограничены и возможности привлечения иностранного капитала из-за высоких рисков инвестора, связанных с нестабильностью законодательной базы, регулирующей инвестиционные отношения.

Очевидно, что в сложившейся ситуации необходимо использовать новые финансовые механизмы привлечения инвестиций. Одним из таких механизмов является лизинг.

Методика и содержание исследования. Лизинг можно определить как специфический метод финансирования инвестиционной деятельности, связанный с приобретением одним юридическим лицом (лизингодателем) имущества в собственность и передачей его другому субъекту хозяйствования (лизингополучателю) во временное владение и пользование на условиях, предусмотренных в договоре лизинга.

Положительным сторонам использования лизинга относится возможность составления наиболее удобного графика лизинговых платежей, учитывающего характер использования предмета лизинга (сезонность производства), финансовое состояние арендатора и т.д. Включение лизинговых платежей (как текущих затрат) в состав себестоимости производимой продукции уменьшает налогооблагаемую базу лизинго-

получателя. Возможность применения ускоренной амортизации расширяет обновление основных фондов и также уменьшает размер налогооблагаемой прибыли.

Полученные результаты. Лизинг может принести ощутимую пользу не только отдельным предприятиям, но и всей национальной экономике. В частности, он способствует: ускорению обновления основных производственных фондов и более быстрому выходу предприятий из сложной экономической ситуации; созданию новых рабочих мест, увеличению выпуска продукции и повышению её конкурентоспособности; развитию наиболее эффективных производств; аккумуляции финансовых ресурсов частного капитала и приданию им инвестиционно-инновационной направленности; в значительной степени снятию с государства нагрузки по финансированию тех или иных отраслей экономики; ускорению процессов разгосударствления и приватизации; притоку в страну иностранных инвестиций путём аренды зарубежных машин и оборудования. При этом использование импортного лизинга не увеличивает внешнюю задолженность республики; повышению эффективности инвестиций.

Задействовать механизм лизинговых операций в полной мере мешает ряд факторов: высокие ставки на рынке кредитных ресурсов; большие таможенные платежи; политика сдерживания цен; значительное налоговое бремя на субъекты хозяйствования; низкая рентабельность белорусских предприятий и дефицит ресурсов в банковском секторе.

Для развития лизинга в Беларуси и стимулирования инвестиций в промышленность и сельское хозяйство, повышения конкурентоспособности отечественной продукции нужно создать условия, как в передовых странах мира. Следует стимулировать банки предоставлять кредиты лизинговым компаниям, которые заключают длительные договора. Одним из вариантов реализации государственного участия в развитии лизинговой деятельности может быть создание государственной лизинговой компании с участием белорусских банков. Её учредителями могут выступить Министерство по управлению государственным имуществом и приватизации и ряд крупных банков (например, входящих в первую шестёрку лидеров). Реализацию лизинговых сделок целесообразно осуществлять по следующей схеме: банки выделяют кредитные ресурсы государственной лизинговой компании для приобретения высокотехнологичного оборудования государственным предприятиям и предприятиям, в уставном капитале которых есть доля государства, по ставке 50% ставки рефинансирования. Остальная часть стоимости кредитных ресурсов будет компенсироваться банкам из государственного бюджета.

Для повышения роли государственного воздействия на модернизацию экономики Республики Беларусь было бы разумно создать промышленный лизинговый фонд на базе отраслевых лизинговых фондов, основу которых составят лизинговые фонды предприятий. Это бы по-

зволюило: открыть промышленным предприятиям, испытывающим дефицит финансовых средств, доступ к необходимому им фондообразующему оборудованию; поддержать предприятия, проводящие реконструкцию производства; активизировать процесс обновления основных производственных фондов за счет создания системы заключения лизинговых договоров; обеспечить адресное льготное финансирование социально значимых предприятий.

На современном этапе наиболее эффективными формами организации лизинговых компаний в Беларуси могут быть не применявшиеся ранее лизинговые холдинги, отличающиеся способами формирования головной и зависимых компаний. Холдинги могут быть образованы в результате горизонтальной интеграции или в результате объединения пакетов акций, что позволит привлечь значительные объемы финансовых ресурсов, осуществлять дорогостоящие лизинговые проекты, эффективно управлять финансовыми, трудовыми, материальными ресурсами компании.

Возможен также такой вариант привлечения зарубежных инвесторов. Зарубежный лизингодатель или производитель сдает имущество в лизинг белорусским лизингополучателям или лизинговым компаниям по схеме сублизинга под гарантии правительства. Такая схема благоприятна для Беларуси, так как ставки на рынке иностранного капитала значительно ниже, чем на отечественном рынке. Однако для этого должны быть отлажены, хорошо проработанные связи с иностранными партнерами.

Система мер государственной поддержки лизинговой деятельности, предоставление налоговых и инвестиционных льгот в конечном итоге окупаются внедрением новых прогрессивных технологий в реальный сектор экономики, ростом объемов производства качественных товаров, в том числе замещающих импортную продукцию, переоборудованием сферы агропромышленного комплекса, прежде всего сферы переработки сельскохозяйственной продукции, эффективным функционированием предприятий после окончания договора лизинга и, следовательно, увеличением налоговых поступлений в бюджет.

Денисова Елена Владимировна, эколого-мелиоративный факультет, Волгоградский государственный аграрный университет

Научный руководитель – Кузнецов Ю.В., докт. с.-х. наук, доцент, зав. каф. землеустройства и земельного кадастра

Влияние кадастровой оценки земель на деятельность сельскохозяйственных предприятий Волгоградской области

Актуальность. Одним из важных научных направлений современного ведения агропромышленного комплекса является ведение земельного кадастра, осуществление кадастровой оценки земель, исследование и оценка количественного и качественного состояния земельных ресурсов. В современных условиях интенсивного землепользова-

ния приоритетным направлением является кадастровая оценка земель сельскохозяйственного назначения, которая должна быть направлена на формирование эффективной деятельности сельскохозяйственных предприятий АПК.

Методика и содержание исследования. Цель исследования заключалась в формировании системы платы за землю с применением кадастровой оценки земель, обоснованному расчету ставок земельного налога и пополнению доходов местных сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Земельный фонд Волгоградской области на 01.01.11 г. составляет 11287,7 тыс. га. В общей структуре земельного фонда на долю земель сельскохозяйственного назначения приходится 9243,6 тыс. га (или 81,9%). Сюда отнесены земли, представленные различным сельскохозяйственным предприятиям и организациям (товариществам и обществам, кооперативам, государственным и муниципальным унитарным предприятиям, научно-исследовательским учреждениям). В нее входят также земельные участки, представленные гражданам для ведения крестьянского (фермерского) хозяйства, личного подсобного хозяйства, сенокоса и выпаса скота, земли, выделенные казачьим обществам. Общая площадь сельскохозяйственных угодий, находящихся в ведении различных субъектов, использующих землю – 7722, 7 тыс. га, и распределилась следующим образом: производственные кооперативы – 2707,7 тыс. га (30,9%); хозяйственные товарищества и кооперативы – 2239,9 тыс. га (25,6% от общей площади); крестьянские (фермерские хозяйства) – 1657,5 тыс. га (18,9%); граждане (земельные доли, ИЖС, ЛПХ, садоводство и др.) – 1217,6 тыс. га (13,9%).

Таким образом, 84,6% от всей площади земель сельскохозяйственного назначения области активно используется в агропромышленном комплексе региона на различном праве – собственности или аренде.

Формирование цивилизованного рынка земли относится к одной из важнейших проблем, определяющих будущее сельского хозяйства, которое сегодня невозможно представить без развитого земельного рынка и вмешательства государства. Общество заинтересовано в продуктивном землеобороте, отдавая важнейший приоритет в системе рыночных отношений сделкам купли-продажи земельных участков. Именно на такой основе в наиболее результативной форме могут осуществляться замещение неэффективных хозяйствующих субъектов эффективными, обеспечиваться приток инвестиций, капитала, реализовываться программы модернизации конкретных видов хозяйственной деятельности.

Ситуация с развитием земельного рынка в каждом регионе зависит от наличия соответствующей нормативно-правовой базы. Законодательно-нормативная база в Российской Федерации и Волгоградской области дает право собственнику земли осуществлять основные виды сделок с земельными участками. В соответствии с Гражданским кодексом РФ, Земельным кодексом РФ, другими нормативно-правовыми

актами РФ и области собственники имеют право сдавать участки в аренду, продавать, дарить, отдавать в залог и т.д. Распределение сделок на землях различного назначения отражено в таблице 1.

Таблица 1 – Платежи за землю по Волгоградской области

Годы	Распределение платежей, тыс. руб., (%)	
	Земельный налог	Арендная плата
2008 г.	1077334,7 (63,3)	625977,7 (37,6)
2009 г.	1056049,0 (51,7)	988319,0 (48,3)
2010 г.	1056509,0 (43,9)	1352204,0 (56,1)
2011 г.	1404693,8 (38,0)	2289939,7 (62,0)
Итого	3264586,5	5256440,4

Основным принципом земельного законодательства является платность землепользования. Формами платы являются земельный налог и арендная плата. Для целей налогообложения и в иных случаях, предусмотренных Земельным Кодексом РФ, федеральными законами, устанавливается кадастровая стоимость земельного участка. Земельный налог рассчитывается исходя из кадастровой стоимости земельного участка. В соответствии с нормами главы 31 «Земельный налог» Налогового кодекса земельный налог может быть установлен в размере от 0,3 до 1,5 % от кадастровой стоимости. Максимальная ставка, которую муниципальные образования могут установить в отношении всех прочих земельных участков, составляет 1,5%.

В Волгоградской области налоговые ставки установлены в следующих размерах:

1) 0,3 процента в отношении земельных участков отнесенных к землям сельскохозяйственного назначения или к землям в составе зон сельскохозяйственного использования и используемых для сельскохозяйственного производства;

2) 1,5 процента в отношении прочих земельных участков.

Арендная плата за земельный участок может состоять из трех частей: земельной ренты, доходу на капитал, уже вложенный в землю и неотделимый от нее (мелиорация, постройки и т.д.) и амортизацию имеющихся построек.

Кадастровая оценка земель – это массовая оценка земель, которая представляет собой совокупность административных и технических мероприятий, направленных на определение стоимости земельных участков в границах административно-территориальных образований.

При оценке земли необходимо учитывать всю совокупность ее свойств и признаков (запасы органических веществ, водно-физические свойства почвы и др.). Кадастровая стоимость земельного участка сельскохозяйственного назначения должна отражать его целевое использование, качественное состояние, учитывать особо ценные угодья в составе данной группы земель, оценивать влияние экологических факторов на ценность землеустраиваемого объекта.

Полученные результаты. Объективное формирование кадастровой оценки земель сельскохозяйственного назначения позволяет: оценить индивидуальные характеристики земельного участка – площадь, конфигурацию, местоположение; учитывать качественные свойства и признаки – балл бонитета, содержание гумуса и др.; экологические – степень эродированность, загрязнения и др.; специальные характеристики – богарный, орошаемый;

Совокупный учет данных характеристик необходим при проведении объективной кадастровой оценки, которая способствует перспективному развитию земельно-имущественных отношений, затрагивающих одну из главных отраслей народного хозяйства. Таким образом, при всестороннем учете земельного участка, как объекта таких отношений будет сформирован современный рынок земли, который позволит сельскохозяйственным организациям и предприятиям цивилизованно осуществлять ведение сельхозпроизводства на коммерческой основе:

1. объективная кадастровая оценка земельного участка позволяет получить уникальные, присущие только ему характеристики;

2. формировать предприятиям на основе индивидуальной кадастровой стоимости каждого земельного участка систему поступающих платежей, в виде налога и арендной платы;

3. привлекать дополнительные финансовые ресурсы (в виде кредитов), в результате увеличения залоговой стоимости отдельных земельных участков.

Дубинец Анастасия Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Штуова С.В., магистр экон. и упр., ассистент каф. агро-бизнеса

Совершенствование производственной деятельности предприятия АПК на основе внедрения эффективной системы маркетинга

Актуальность. Актуальность темы заключается в том, что внедрение эффективной системы маркетинга позволит повысить эффективность коммерческой деятельности на предприятиях.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – создание наиболее эффективной и действующей службы маркетинга на предприятии. По мнению Н.Д. Эриашвили, служба маркетинга в рыночных условиях – это то важнейшее звено в управлении предприятием, которое совместно с производственной, финансовой, торговосбытовой, технологической, кадровой и другими видами деятельности создает единый интегрированный процесс, направленный на удовлетворение запросов рынка и получения на этой основе прибыли. Функция маркетинга на промышленном предприятии позволяет поднять интересы отдельных видов деятельности и дает возможность, приспособ-

бившись к требованиям рынка, обеспечить эффективную деятельность промышленного предприятия в целом.

Ведущим принципом организации службы является лозунг: «Маркетинг для фирмы, а не фирма для маркетинга». Это означает, что служба должна постоянно развиваться и подстраиваться под цели, задачи и особенности функционирования фирмы, в максимальной мере обеспечивая ей эффективные условия рыночной деятельности. Второй принцип можно определить так: маркетинг – общефирменное дело, т.е. эффективность работы службы лишь наполовину зависит от того, насколько весь персонал фирмы включен в маркетинг. Следует отметить, что эта вторая задача существенно зависит от организации работы службы. Третий принцип организации службы маркетинга быть как можно ближе к потребителю. Это означает, что вне зависимости от самих вариантов организационной структуры, она должна обеспечивать максимальную возможность для контактов всех без исключения работников службы с реальными и потенциальными потребителями продукции фирмы. Каждая организация сама определяет, какой вид структуры маркетинговой службы предпочтителен. Рассмотрим некоторые варианты построения структур служб маркетинга на предприятии, исходя из того, что её основные задачи сводятся к сбору и анализу исходной информации, планированию и прогнозированию, оперативной работе.

- Организация по «функциям» означает, что все рынки и виды выпускаемой продукции могут рассматриваться в виде некоторых однородностей, для которых вполне достаточно четкой специализации её подразделений по направлениям. Это оптимальная организация структуры, когда видов продукции и рынков немного.

- Организация «по видам продукции» полезна в тех случаях, когда предприятие выпускает несколько видов продукции, ориентированных на разные категории потребителей и требующих к тому же организации специального сервиса.

- Организация «по рынкам» означает, что под термином «рынок» может пониматься какая-либо конкретная отрасль. Такая структура считается целесообразной, если для продвижения продукции на рынок требуются специфические знания по её использованию в конкретных отраслях.

- Организация «по территориям» считается выгодной, когда в каждом из выделенных регионов номенклатура не очень высока, а различия между потребителями незначительны. В структуре отдела маркетинга предприятия все менеджеры разбиты по географическим регионам.

- Большое распространение получила матричная организационная структура управления, которая в наибольшей степени может использоваться на промышленных предприятиях при разработке и реализации маркетинговых программ.

Каждое предприятие для эффективного управления маркетингом должно создать службу маркетинга. Служба маркетинга представляет собой специализированное подразделение, которое действует на основе принципов и методов маркетинга. Следует рассматривать организацию службы маркетинга в более широком смысле, то есть как совокупность, включающую в свой состав следующие элементы: формирование организационной структуры службы; распределение задач, прав и ответственности; информационное и техническое обеспечение; кадровое обеспечение.

Полученные результаты. Таким образом, служба маркетинга – это совокупность определенных подразделений предприятия, занимающихся изучением рынка, планированием ассортимента, внедрением новой продукции, распределением готовых изделий и стимулированием сбыта, а также выполнением торговых и рекламных планов и программ.

Жудро Кристина Петровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Редько В.Н., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. маркетинга

Проблемы повышения качества молочной продукции

Актуальность. В настоящее время активное развитие внешней среды ставят предприятия перед необходимостью решения проблемы качества. Роль и значение качества постоянно возрастает под влиянием развития технологического требований рынка производства и изменения потребностей человека. Именно повышение качества продукции определяет степень выживаемости предприятий в условиях рынка.

Методика и содержание исследования. Цель исследования заключается в анализе качества молочной продукции и обоснование резервов его повышение. В настоящее время в Республике Беларусь имеется нормативная база по регулированию качества и безопасности молока-сырья. В частности технические требования к качеству и безопасности молока-сырья, отраженные в стандарте СТБ 1598-2006 «Молоко коровье. Требования при закупках». Этот стандарт регламентирует вопросы: какое молоко подлежит приемке на молокоперерабатывающие предприятия, а на какое молоко установлен запрет; какие сорта молока-сырья существуют на сегодняшний день, а также показатели конкретных сортов. Необходимо отметить, что стандарт – это гибкий инструмент регулирования требований к качеству молока-сырья. Если возникает необходимость регулирования требований к качеству и безопасности молока-сырья, тогда вносятся изменения в стандарт.

Полученные результаты. Исследования показывают, что в последние годы качество закупаемого молока значительно возросло. Это в первую очередь связано с тем, что сами сельскохозяйственные организации заинтересованы в получении качественного и безопасного

молока. В стране за последние годы построено 118 новых ферм с современными доильными залами. Повышается санитария и гигиена получения молока. Эти факторы привели к тому, что в вышеупомянутый стандарт были внесены изменения и введен сорт молока "экстра", который соответствует очень жестким требованиям Европейского союза. Основными показателями качества молока являются: содержание жира и белка; бактериальная обсеменённость, содержание соматических клеток, наличие и ингибиторов, точка замерзания, термоустойчивость, и др.

В настоящее время закупочные цены 1 тонны молока базисной жирности и белка класса «экстра» составляет 3215 тыс. руб., высшего сорта – 2770 тыс. руб., 1-го сорта – 2555 тыс. руб., что является мощным стимулом для повышения качества продукции. Следует отметить, что за январь-апрель 2012 в целом по Республике Беларусь реализация молока сортом «экстра» увеличивается по сравнению с аналитическим периодом прошлого года на 15,3 п.п., а удельный вес молока сорта «экстра» в общем объеме реализации достиг 42,3%, что способствовала укреплению финансовой устойчивости сельскохозяйственных организаций. В перспективе реализация мероприятий по повышению качества реализуемого молока должно обеспечить продажу молока сортом «экстра» (не менее 50%) и высшим сортом.

Жук Елена Александровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Метрик А.А., ст. преподаватель каф. агробизнеса

Совершенствование сбытовой деятельности ОАО «Любанский сыродельный завод»

Актуальность. Актуальность работы заключается в том, что существование любой организации невозможно без постоянного ежедневного принятия и реализации тех или иных решений в области сбыта продукции.

Методика и содержание исследования. Целью работы является: анализ политики управления сбытом на предприятиях Республики Беларусь, а также мирового опыта; анализ работы одного из предприятий посредством разработки и принятия управленческих решений в области сбыта. Опираясь на теоретический материал, были разработаны предложения по увеличению сбыта на предприятии ОАО «Любанский сыродельный завод».

В процессе исследований использовались следующие методы анализа данных: абстрактно-логический, экономико-статистический, монографический, расчетно-конструктивный.

Создавая, совершенствуя отдел маркетинга и сбыта, руководство ОАО «Любанский сыродельный завод» должно решить для себя важ-

нейшие вопросы: какие каналы сбыта использовать, какая маркетинговая стратегия нужна, как простимулировать сбыт?

В основе деятельности производителей, работающих на основе принципов маркетинга, лежит девиз: производить только то, что требуют рынок, покупатель, а также регулировать сбыт товара. Исходным моментом, лежащим в основе маркетинга, выступает идея человеческих нужд, потребностей, запросов. Отсюда сущность маркетинга предельно коротко состоит в следующем: следует производить только то, что, безусловно, найдет сбыт, а не пытаться навязать покупателю «негослованную» предварительно с рынком продукцию.

Полученные результаты. Для определения сильных и слабых сторон предприятия, а так же возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды) используем SWOT-анализ.

SWOT-анализ представляет собой оценку внутренней среды предприятия, а также внешних возможностей и угроз со стороны внешней среды.

SWOT-анализ включает в себя анализ ситуации внутри предприятия, а так же анализ внешних факторов и ситуацию на рынке. Все данные сводятся в таблицу, состоящую из 4 основных полей: сила, слабость, возможности, угрозы.

Анализ расположенных в таблице данных позволит составить список возможных действий для нейтрализации слабых сторон предприятия, в том числе за счет сильных сторон.

Для проведения SWOT-анализа можно использовать «Карту SWOT-анализа», которая представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Карта SWOT-анализа

Сильные стороны	Баллы	Слабые стороны	Баллы
Хорошо отлаженная система сбыта	5	Устаревшая технология производства	2
Наличие прогрессивных технологий	4	Плохо организованная система сбыта	3
Хорошо организованная система проведения рекламных мероприятий	5	Узкий ассортимент продукции	3
Возможности обновления продукции	3	Высокая степень износа производственных мощностей	3
Итого баллов:	17	Итого баллов:	11
Возможности	Баллы	Угрозы	Баллы
Возможности выхода на новые рынки	4	Появление у конкурентов более дешевых технологий	3
Возможность использования технологических инноваций	4	Выход на рынок новых конкурентов с низкими издержками	3
Способность обслуживать	5	Неблагоприятная полити-	3

дополнительные группы потребителей		ка государственного регулирования	
Возможность быстрого развития в ответ на увеличение спроса	4	Неблагоприятные демографические изменения	3
Итого баллов:	17	Итого баллов:	12

При проведении SWOT-анализа недостаточно только выявить и оценивать сильные и слабые стороны предприятия, возможности и угрозы со стороны внешней среды. SWOT-анализ может быть использован как инструмент для принятия решений в области маркетинговой деятельности.

При выработке решения была использована «Обобщающая матрица SWOT-анализа» (таблица 2).

Таблица 2 - Обобщающая матрица SWOT – анализа

	Возможности 17	Угрозы 12
Сильные стороны 17	$17*17 = 289$	$17*12 = 204$
Слабые стороны 11	$11*17 = 187$	$11*12 = 132$

Реализация продукции в ОАО «Любанский сыродельный завод» осуществляется в основном через товаропроводящую сеть в Российской Федерации, это составляет около 60%, а также через ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» – 40%.

Таблица 3 – Структура производства жирных сыров в Минской области

Наименование предприятия	Доля, %
ОАО «Борисовский молочный комбинат»	0,4
ОАО «Березинский сыродельный комбинат»	7,0
ОАО «Воложинский маслосырзавод»	10,0
ОАО «Копыльский маслосырзавод»	18,0
ОАО «Клецкий маслосырзавод»	1,4
ОАО «Любанский сыродельный завод»	16,0
ОАО «Нарочанский маслосырзавод»	1,2
ОАО «Солигорский молочный завод»	0,5
ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»	30
ОАО «Смолевичский маслосырзавод»	0,4
ОАО «Холопенечский маслосырзавод»	11,0
ОАО «Молодечненский гормолзавод»	4,1
Итого по области	100,0

Как видно из данных таблицы 3, ОАО «Любанский сыродельный завод» входит в группу лидеров, занимая долю в общем объеме производства сыров по области – 16%.

ОАО «Любанский сыродельный завод» развивает фирменную торговлю. Предприятие уже имеет свой фирменный магазин «Смак», рас-

положенный на центральной площади г. Любань, а также павильон «Добрый дедушка», в г. Солигорске – павильон «Радужный».

Таким образом, применение SWOT-анализа позволит систематизировать всю имеющуюся информацию.

*Зубрицкая Наталья Геннадьевна, студент 3 курса, экономический факультет, Гродненский государственный аграрный университет
Научный руководитель – Чурейно О.И., ассистент каф. организации производства в АПК*

Сколько получают белорусы

Актуальность. Решение проблемы повышения производительности труда во многом зависит от материальной заинтересованности работников предприятия, которая сводится к увеличению их доходов. Особая, центральная роль в структуре доходов работника принадлежит заработной плате. Она и в настоящее время и в ближайшие годы остается для подавляющего большинства работников основным источником доходов, а значит, заработная плата и в перспективе будет наиболее мощным стимулом повышения результатов труда и производства в целом.

Методика и содержание исследования. При проведении анализа были использованы метод сравнения и сопоставления, диалектический и др.

Полученные результаты. Заработная плата имеет правовой и экономический аспекты. Юридическое понятие заработной платы дано в статье 57 Трудового кодекса Республики Беларусь. В соответствии с данной статьей «заработная плата – это совокупность вознаграждений, исчисляемых в денежных единицах или (и) натуральной форме, которые наниматель обязан выплатить работнику за фактически выполненную работу, а также за периоды, включаемые в рабочее время».

К сожалению, доходам белорусов на сегодняшний день не позавидуешь. По уровню средней заработной платы, если пересчитать ее по рыночному курсу, Беларусь оказалась «в хвосте» стран СНГ. В начале 2011г. наша страна входила в тройку ведущих стран СНГ по уровню доходов населения. Однако к концу 2011г. ситуация изменилась кардинально: Республика Беларусь потеряла свои позиции и переместилась на 6 место (рисунок 1). 1-ое место по итогам 2011 года занимает Россия, 2-ое – Казахстан, 3-е – Азербайджан. Самую низкую заработную плату получают в Молдове, Кыргызстане, Туркменистане и Таджикистане.

Уровень доходов белорусов, в сравнении с некоторыми европейскими странами, ниже в 20 раз (рисунок 2). Самая высокая заработная плата в 2011г. была в Швейцарии. Следом за ней в пятерку попали: Дания, Люксембург, Норвегия и Ирландия.

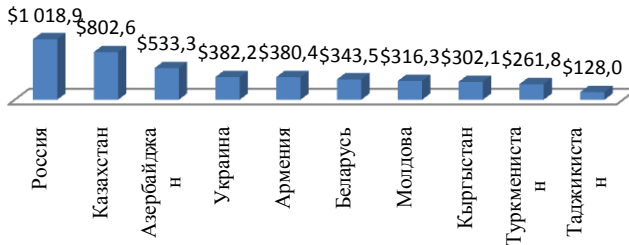


Рисунок 1 – Среднемесячная заработная плата в странах СНГ, 2011 г.

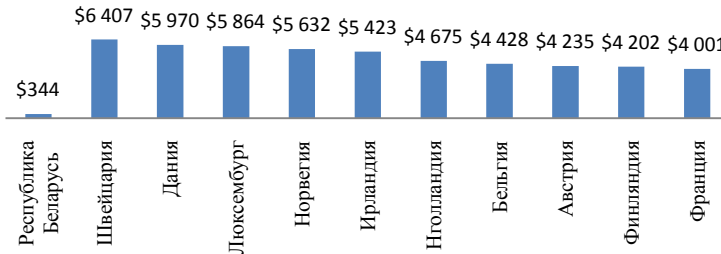


Рисунок 2 – Среднемесячная заработная плата в странах Европы, 2011 г.

Анализируя темпы роста заработной платы в 2011г. по сравнению с 2007г. в пересчете на доллар США, мы видим, что она выросла незначительно (таблица 1). По некоторым отраслям, таким как строительство, жилищно-коммунальное обслуживание, здравоохранение и социальное обеспечение этот показатель за последние 5 лет уменьшился.

Таблица 1 – Данные о среднемесячной заработной плате по видам экономической деятельности

Отрасли	Номинальная начисленная среднемесячная заработная плата					
	2007г.		2009г.		2011г.	
	тыс. руб.	USD	тыс. руб.	USD	тыс. руб.	USD
1	2	3	4	5	6	7
Республика Беларусь	694,1	323,7	981,6	372,0	1925,3	343,5
Промышленность	745,6	347,8	1049,1	397,5	2171,4	387,4
Сельское хозяйство	429,6	200,4	674,7	255,7	1331,4	237,5
Транспорт и связь	775,0	361,5	1098,9	416,4	2091,7	373,2

Продолжение таблицы 1						
1	2	3	4	5	6	7
Строительство	856,9	399,7	1307,6	495,5	2161,9	385,7
Торговля	580,7	270,9	850,5	322,3	1783,9	318,3
ЖКО	657,8	306,8	906,2	343,4	1669,7	297,9
Здравоохранение	601,2	280,4	796,8	301,9	1569,1	280,0
Образование	548,1	255,6	702,4	266,2	1489,1	265,7
Наука	994,5	463,9	1390,0	526,7	2646,5	472,2

Ни по одной из отраслей заработная плата в пересчете на доллар США в 2011г. не превысила доходы населения по сравнению с 2010г.

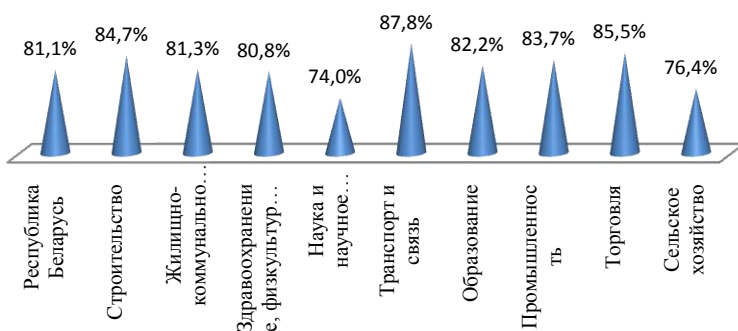


Рисунок 3 – Темпы роста средней заработной платы в 2011г. по сравнению с 2010г. (в пересчете на USD)

Таким образом, средняя заработная плата в Республике Беларусь на конец 2011 г. составила 1 925 тыс. руб., что на 58% больше, чем в 2010г., однако в пересчете на доллар США заработная плата снизилась на 18,9%.

Для обеспечения соответствия размеров заработной платы количеству и качеству вложенного труда в сложившихся условиях субъектам хозяйствования необходимо предпринять некоторые меры. Среди них можно выделить:

- увеличение минимальной заработной платы;
- создание благоприятных условий труда.

Государство при этом должно всячески содействовать и оказывать помощь предприятиям в этом.

*Ковальчук Дарья Юрьевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Шалдаева Л.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса*

Тенденции развития предприятий зернового подкомплекса

Актуальность. Для народного хозяйства Беларуси обеспечение собственными ресурсами зерна – одно из важнейших условий продовольственной безопасности страны, ее стабильного суверенитета, независимости от диктата экспортеров, внешней экспансии. За исключением импорта риса и небольших объемов твердой пшеницы и кукурузы, республика в состоянии полностью удовлетворять свои потребности в продовольственном и кормовом зерне, для промышленной переработки на пиво, спирт, крахмал. Состояние производства, переработки зерновых культур – одна из важнейших проблем в республике. Основными проблемами, с которыми сталкиваются предприятия в этой отрасли, являются: рост объемов производства зерна, выявление факторов и резервов для его обеспечения, анализ показателей и уровня эффективности производства зерна, рациональное размещение посевных площадей и др. В 2009 году в развитии зернового хозяйства отмечен ряд позитивных сдвигов. В связи с тем, что материальные ресурсы весьма ограничены, первоочередной задачей является уменьшение потерь и экономия зерна за счет его рационального потребления.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – выявление основных проблем функционирования предприятий зернового подкомплекса. Рост объемов производства продукции из зерна сдерживается крайне недостаточными поставками местного сырья – зерна бобовых культур, также зерна, которое остается в хозяйствах на корм скоту и во многих хозяйствах используется в чистом виде без обогащения. Одна из основных производственных проблем предприятий – приемка зерна с повышенной влажностью. Увеличение объемов производства продукции зернового подкомплекса требует проведения модернизации и технического переоснащения организаций, внедрения новых технологий в производстве.

В процессе исследования были использованы такие методы как наблюдение, монографический, аналитический и др.

Полученные результаты. Проведенный нами анализ развития предприятий зернового подкомплекса показал, что в настоящее время положительными переменами в зерновом производстве следует обоснованно считать: качественное улучшение структуры, расширение площадей зерновых культур, отвечающих потребностям страны в решении продовольственной проблемы и обеспечении животноводства концентрированными кормами. Основными мероприятиями в условиях республики, обеспечивающими повышение урожайности зерна, являются: внедрение прогрессивных систем ведения зернового производства с учетом развития общей культуры земледелия; повышение плодородия почв и на его основе – рост продуктивности всех видов

угодий; оптимизация структуры посевных площадей и зернового клина; внедрение интенсивных энергосберегающих технологий на всей площади посевов зерновых культур и внедрение высокопродуктивных районированных сортов. В ближайшей перспективе половина недостающего зерна может быть получена за счет расширения посевов и совершенствования структуры зернового клина, вторая – за счет интенсификации.

Казарез Марина Васильевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Дулевич Л.И., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агро-бизнеса

Повышение эффективности производства и сбыта продукции молочного скотоводства

Актуальность. Значение скотоводства в народном хозяйстве определяется, прежде всего, высокими питательными свойствами его продукции. По пищевым достоинствам молоко занимает первое место среди всех животноводческих продуктов. Одновременно с этим следует учитывать, что молочное скотоводство Беларуси дает около трех четвертей всей товарной продукции животноводства. Поэтому значение изучения молочного скотоводства определяется не только ценностью производимого продукта, но и большим влиянием на экономику хозяйства в целом.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – выявление новых подходов к решению задач совершенствования эффективности производства молока путем комплексного изучения условий, факторов и механизмов устойчивого функционирования сельскохозяйственных товаропроизводителей, а также организационно-экономического механизма отрасли. В процессе исследования был использован экономико-статистический метод, метод анализа и синтеза.

Полученные результаты. Проведенные исследования показали, что использование достижений научно-технического прогресса и внедрение интенсивных технологий позволят существенно увеличить объемы производства, повысить качество производимого молока, сократить потери на 10 - 15% путем реализации следующих мероприятий:

1. Интенсификация молочного скотоводства путем создания современной материально-технической базы. Из закономерностей последовательной интенсификации вытекает объективная необходимость сочетания роста продуктивности и постепенного увеличения поголовья коров.

2. Соответствующее ветеринарно-зоотехническое обслуживание. Республике следует выйти к 2015 году на производство собственных ветеринарных препаратов до 80% их общей потребности.

3. Создание прочной кормовой базы. Низкое качество потребляемых кормов не позволяет реализовать потенциальные возможности молочного скота.

4. Развитие селекционной работы в молочном скотоводстве.

5. Совершенствования размещения, концентрации и специализации молочного скотоводства.

6. Внедрение интенсивных технологий производства молока, что поможет получить конкурентоспособную продукцию.

7. Внедрение прогрессивных методов организации труда и систем его оплаты.

Казарез Марина Васильевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Дулевич Л.И., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса

Повышение эффективности производства и сбыта продукции молочной отрасли

Актуальность. Производство молока является наиболее рентабельной отраслью сельского хозяйства, обеспечивающей высокую прибыль. Значение скотоводства в народном хозяйстве определяется, прежде всего, высокими питательными свойствами его продукции. По пищевым достоинствам молоко занимает первое место среди всех животноводческих продуктов. Одновременно с этим следует учитывать, что молочное скотоводство Беларуси дает около трех четвертей всей товарной продукции животноводства. Поэтому значение молочного скотоводства определяется не только ценностью производимого продукта, но и большим влиянием на экономику хозяйства в целом.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – выявление новых подходов к решению задач совершенствования оценки эффективности производства молока путем комплексного изучения условий, факторов и механизмов устойчивого функционирования сельскохозяйственных товаропроизводителей, а также организационно-экономического механизма отрасли. В процессе исследования был использован экономико-статистический метод, метод анализа и синтеза.

Молочные продукты по содержанию белка и его биологической ценности стоят на первом месте среди других продуктов питания. Научно обоснованная норма потребления молока и молочных продуктов составляет 380кг на душу населения в год, из них молока – 120 кг, творога – 8 кг, сыра – 7 кг и т.д. Рациональная норма потребления молока и молочных продуктов, разработанная с учетом сложившейся ситуации в республике после катастрофы на ЧАЭС – 403 кг.

Объем переработки молока в Беларуси за январь–сентябрь 2011 г. увеличился до 4 млн. т, что почти на 2% больше по сравнению с аналогичным периодом 2010 года.

Анализ результатов работы молочной отрасли показывает, что производство сыров является одним из наиболее эффективных вариантов переработки молока. В структуре переработки молока на долю сыров приходится 28%. Удельный вес сырья, направленного на производство сыров, за последние пять лет увеличился на 8%. Сейчас предприятия отрасли заняты производством сыров практически круглый год, а в прошлые годы наблюдалась сезонность их производства. Среди областей по производству сыра лидирует Брестская область. На ее долю приходится треть республиканского объема.

По оценке специалистов, молочная отрасль работает эффективно. По итогам работы за 8 месяцев 2011г. получено 679 млрд. руб. чистой прибыли, а в 2010г. отрасль имела убытки. Рентабельность реализованной продукции составила 9,9%. Как считают специалисты, это в значительной степени обусловлено благоприятной конъюнктурой цен на внешнем рынке. В целом выпуск цельномолочной продукции за 9 месяцев увеличился на 7% до 1 млн. 162 тыс. т. Сухой сыворотки и казеина выпущено 29 тыс. т и 8 тыс. т, что в 1,4 и 1,2 раза больше, чем за аналогичный период 2010г. В сельскохозяйственных организациях сосредоточено 85% поголовья КРС и 82% коров. Здесь производится 4/5 общего объема молока, и только 1/5 приходится на личные подсобные и крестьянские (фермерские) хозяйства. Эффективность производства молока в значительной степени определяется системой и способом содержания коров, генетическим потенциалом отрасли, выбором оптимальных линий технологического оборудования.

Полученные результаты. Молочная отрасль Беларуси имеет доминирующее значение в перерабатывающей промышленности, так как производит самые важные для населения страны продукты питания. По данным Министерства здравоохранения Республики Беларусь, от общего продуктового набора потребительской корзины жителей наибольший удельный вес (44%) приходится на долю молока и молочных продуктов. Современное состояние молочного подкомплекса свидетельствует о положительных тенденциях его развития. Обеспечивается неуклонный рост объемов производства молока и молокопродуктов, активно проводится строительство и перевооружение молочно-товарных ферм доильными установками, ведется продуманная селекционно-племенная работа по увеличению использования генетического потенциала скота, улучшается кормовая база, повышается качество молока и его товарность.

Таким образом, состояние молочного подкомплекса свидетельствует о положительных тенденциях его развития. Дальнейшее наращивание объемов производства молока предполагает формирование конкурентоспособного, устойчивого и экологически безопасного молочного производства, которое соответствовало бы мировому уровню, было бы достаточным для обеспечения потребностей страны и наращивания экспортного потенциала.

*Картавнева Екатерина Григорьевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права,
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Краснова Л.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса*

Роль мерчендайзинга в сфере розничной торговли

Актуальность. В современном мире существует огромное количество производителей, продавцов, дистрибьюторов товаров и услуг. При этом любое предприятие, представляющее и реализующее продукцию, заинтересовано в развитой и стабильно функционирующей системе сбыта. Чем лучше и качественней будет продумана стратегия сбыта, тем больше продукции будет реализовано и тем больше прибыли получит компания.

Считается, что мерчендайзинг создан для максимального удобства потребителей в местах продаж. Однако для руководителей крупных компаний мерчендайзинг значит гораздо больше, и недооценивать его нельзя. Применяя данный рычаг управления, можно наиболее выигрышно и выгодно показать товар, существенно повлиять на выбор покупателя и побудить его приобрести больше продукции, нежели им самим планировалось, а главное – сохранить свои позиции на рынке.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – определить роль мерчендайзинга в сфере розничной торговли. Понятие мерчендайзинга может быть определено различными способами. Мерчендайзинг может рассматриваться как управление покупками и продажами или как планирование, включающее оценку потребностей покупателей и обеспечение их удовлетворения. Американская маркетинговая ассоциация (American Marketing Association) определила мерчендайзинг как «планирование и контроль маркетинга отдельного торговца по времени, месту, цене и количеству товара, которое будет наилучшим образом соответствовать маркетинговым задачам бизнеса». Для посетителя магазин представляет собой совокупность внешних факторов, активизирующих его безусловные и доминирующие условные рефлексы. Для того, чтобы товар адекватно воспринимался, его нужно правильно представить покупателю. В этом и состоит основная задача мерчендайзинга.

Мерчендайзинг определяет правила представления и продвижения товара на рынок путем различных средств и методов (системы методов). Для того, чтобы продаваемый товар пользовался высоким спросом у покупателей, оформление магазина надо начинать уже с порога, т.е. с витрины. Витрина должна ненавязчиво «сообщать» покупателю об ассортименте товаров магазина, причем так, чтобы покупатель с первого взгляда мог понять, чем торгует магазин и какая у него ценовая политика. Товар должен быть правильно выложен, иметь достойный товарный вид и сортироваться по цветам, размерам, комплектам в определенной последовательности. Результатом правильного мерчендайзинга всегда является стимулирование желания потребителей выбрать и купить продвигаемый товар. Статистика свидетельствует о

том, что покупатели оставляют на 13% больше денег в тех магазинах, где мерчендайзинг продукции безупречен. Удачное применение теории и практики мерчендайзинга позволяет сократить расходы на информирование посетителя внутри магазина, т.е. разместить товары адекватно его поведению и таким образом, чтобы минимизировать дополнительные усилия для привлечения его внимания к себе.

Основное правило мерчендайзинга – товар в магазине должен продавать себя сам. Это не означает, что усилия по сбыту и его стимулированию теряют свое значение. Речь скорее идет о том, что они становятся частью более масштабного «комплекса мерчендайзинга», т. е. набора маркетинговых средств, которые необходимо гармонично увязать друг с другом, чтобы добиться максимального воздействия на рынок. В современном понимании мерчендайзинг – это прикладная наука, сочетающая в себе знания о методах торговли и рекламы, логистики, психологии и социологии, принципах дизайна и композиции. Это комплекс «маркетинга в стенах магазина», включающий программы стимулирования сбыта, маркетинговые коммуникации, управление поведением покупателей в торговом зале.

Используя методы и приемы мерчендайзинга, розничный торговец может управлять восприятием посетителей, позиционировать те или иные товары, изменять структуру оборота в пользу более прибыльных (доходных, стратегически важных) марок и т. д. Мерчендайзинг не только способствует увеличению прибыли и объема продаж, но и позволяет создавать новые комбинации и сочетания товаров и товарных групп, обладающих большей потребительской ценностью в глазах покупателей. С этой точки зрения мерчендайзинг можно рассматривать как науку и искусство продаж, а предметом этой науки считать совершенствование предложения товаров в том месте, куда потребитель традиционно приходит с целью совершения покупки.

Полученные результаты. Таким образом, мерчендайзинг является одним из важных инструментов маркетинга. Исследования доказывают, что многие потребители, посещая магазин, заранее точно не уверены в том, какие именно покупки им сделать, товар какой марки предпочесть. Окончательное решение они принимают, стоя у прилавка или полки с разнообразием предлагаемых продуктов. Для производителя мерчендайзинг – это «последняя» попытка продать именно свой товар. Для торговой точки главной целью является продажа как можно большего количества товаров, что обеспечивается правильной организацией торгового зала и выкладкой.

Мерчендайзинг сегодня – это наиболее быстро развивающееся направление в продвижении продаж. Мерчендайзинг представляет собой научную методику, которая позволяет, зная психологию покупателя, значительно увеличивать продажи.

В розничной торговле – это любая деятельность, осуществляемая в связи с закупками или продажей товара, включая выкладку и представленность товара, выставки, рекламу, ценовую и ассортиментную

политику. Мерчендайзинг – одна из форм стимулирования сбыта, продвижения продукта в розничной торговле. Мерчендайзинг взаимодействует с другими формами стимулирования сбыта в системе маркетинговых коммуникаций и организации продаж.

*Ковгар Наталья Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Метрик А.А., ст. преподаватель каф. агробизнеса*

Обоснование ассортимента выпуска и каналов сбыта товаров ОАО «Калинковичихлебопродукт»

Актуальность. На современном этапе рыночных преобразований в Республики Беларусь товарный дефицит уже в значительной мере преодолен, рынок переполнен различного рода товарами. Изменение внешней среды привело к тому, что именно показатели конъюнктуры рынка определяют цели деятельности предприятий, которые служат основой для формирования её сбытовой политики. Сегодня успех на рынке в продаже того или иного товара зависит уже не столько от производственных и финансовых возможностей производителей, сколько от хорошо разработанной сбытовой политики предприятия.

Совершенствование сбытовой деятельности предприятия состоит в том, чтобы доводить товары до потребителя в том месте, в том количестве и такого качества, которые требуются, а также максимально использовать свои возможности для улучшения обслуживания покупателей. При совершенствовании сбытовой деятельности достижение целей предприятия происходит через оценку и удовлетворение требований потребителей.

Разработка и осуществление товарно-сбытовой политики предприятия требуют как минимум: четкого представления о его целях на перспективу, наличия стратегии (долговременного курса) производственно-сбытовой деятельности, знания конъюнктуры рынка, оценки возможностей и ресурсов в настоящее время и в будущем

Методика и содержание исследования. Цель исследования - исследование системы сбыта ОАО «Калинковичихлебопродукт» и определение путей её совершенствования. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические основы производственно-сбытовой деятельности предприятия на современном этапе;
- проанализировать организационно-экономическую характеристику ОАО «Калинковичихлебопродукт»;
- провести анализ системы сбыта предприятия;
- разработать предложения по повышению эффективности сбытовой деятельности ОАО «Калинковичихлебопродукт».

Объектом исследования в данной работе является ОАО «Калинковичихлебопродукт». Предметом исследования является производст-

венно-сбытовая деятельность предприятия. Метод, используемый в работе – экономико-математический. Исследования проводились на основании трудов отечественных и зарубежных авторов.

Выбор оптимальных объемов производства продукции в ассортименте обычно ограничен наличием сырьевых ресурсов и иногда производственными мощностями. Определение результатов работы предприятия формируется и в зависимости от того по каким каналам сбыта и в каких объемах предприятие может реализовать свою продукцию. Всё это определяется в экономико-математической модели. Размер модели: 71×105 , в ее структуру входят следующие группы ограничений:

- по заготовке сырья;
- по распределению сырья по направлениям переработки;
- по производству ассортиментных групп товаров;
- по производству товаров в ассортименте;
- предельным объемам производства товаров в ассортименте;
- использованию мощности перерабатывающего цеха (организации);
- по связи производства и реализации товаров (ассортиментных групп товаров);
- по сбыту ассортиментных групп товаров;
- по формированию затрат;
- по предельным объемам сбыта товаров в разрезе каналов реализации;
- по стоимости товарной продукции;
- неотрицательность переменных.

В качестве целевой функции принимается максимум маржинальной прибыли предприятия. Так как сырье является определяющим фактором деятельности перерабатывающего предприятия, оговорим и то условие, что его поставки на завод будут изменяться также как и в предыдущие годы, то есть увеличиваться приблизительно на 10% ежегодно.

Поскольку выпускаемая на предприятии продукция не относится к социально значимым товарам, то объемы ее производства и реализации в нашей задаче будут изменяться в пределах 20% и 30% соответственно. В постановки задачи использованы данные по производству и реализации продукции, полученные в 2009-2011 годах на ОАО «Калинковичхлебопродукт».

Полученные результаты. Оптимизация параметров работы ОАО «Калинковичхлебопродукт», обоснование структуры выпуска, сбыт ее в разрезе каналов реализации позволит увеличить конечные результаты работы (таблица 1).

Самым главным показателем работы предприятия является уровень рентабельности. Заметим, что в наших расчетах предприятие могло бы получать больше на 138,6% прибыли и иметь на 3,6 п.п. больший уро-

вень рентабельности. Выручка увеличилась на 13,5%, а переменные затраты на 12,7% это положительный эффект так как выручка увеличилась больше чем затраты. Сумма покрытия увеличилась на 15,9%.

Таблица 1 – Финансовые результаты работы

Показатели	Факт	Расчет	Расчет в % к факту
Денежная выручка, млн. руб.	31356,4	35590,3	113,5
Переменные затраты, млн. руб.	23310,9	26263,4	112,7
Сумма покрытия, млн. руб.	8045,5	9326,93	115,9
Постоянные затраты, млн. руб.	7121,1	7121,1	100,0
Прибыль, млн. руб.	924,4	2206	238,6
Уровень рентабельности, %	3,0	6,6	+3,6 п.п.

Реализация данного исследования поможет предприятию достигнуть запланированных результатов и повысить свою прибыль.

Кулахметова Зульфия Сябитовна, студент 3 курса, финансово-экономический факультет, Саратовский государственный аграрный университет имени Николая Ивановича Вавилова

Научный руководитель – Исаева Т.А., ассистент каф. финансов и кредита

Налоговое стимулирование привлечения инвестиций в сельское хозяйство региона

Актуальность. Повышение эффективности деятельности сельскохозяйственных предприятий в России зачастую зависит от мероприятий оптимизации их налогообложения. Предприятие вправе самостоятельно выбирать наиболее удобные законные налоговые схемы, однако на макроуровне политика государства по налоговому стимулированию производства способна привести к созданию благоприятного инновационного и инвестиционного климата в сельском хозяйстве. Становятся актуальными мониторинг и оценка реформ государства по снижению налогового бремени на агробизнес с выявлением тенденций получения эффекта от налогового стимулирования аграрных формирований исследуемой территории.

Методика и содержание исследования. Исследование строится на поиске взаимосвязи между мероприятиями государства по применению специальных налоговых режимов для снижения налоговой нагрузки на сельскохозяйственные организации и эффектом, полученным от этих мероприятий – повышением привлекаемых в агропромышленный комплекс инвестиций. Сравнение рядов динамики и построение линии тренда по исследуемым явлениям служат основаниями для составления вывода о проводимой в дальнейшем политике государства по налоговому стимулированию инвестиционной привлекательности выбранного региона.

Полученные результаты. Инновационная и инвестиционная деятельность региона зависит от ряда факторов, входящих в состав инвестиционного климата территории. Одним из таких факторов является в Саратовской области налоговая нагрузка на вложения в основной капитал сельскохозяйственных организаций. Её расчёт возможен по ряду показателей: совокупной налоговой нагрузке на выручку, совокупной налоговой нагрузке на активы, совокупной налоговой нагрузке на инвестиции (таблица 1).

Таблица 1 – Основные показатели налоговой нагрузки на сельскохозяйственные организации Саратовской области

Показатель	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Совокупная налоговая нагрузка на выручку, %	7,66	10,81	10,33	6,39
Совокупная налоговая нагрузка на активы, %	0,05	0,06	0,05	0,03
Доля организаций, находящихся на спецрежимах в общей их численности, %	61,44	85,66	83,47	85,98
Совокупная налоговая нагрузка на инвестиции, %	1,14	0,98	1,60	0,69

Совокупная налоговая нагрузка на инвестиции в Саратовской области РФ снижается за счёт применения сельскохозяйственными товаропроизводителями льгот по ряду налогов, а так же при переходе всё большего числа организаций на специальные режимы налогообложения, такие как единый налог на вменённый доход, упрощенная система налогообложения, единый сельскохозяйственный налог.

Так, сельскохозяйственные организации в течение 2007-2010 годов стремились перейти на специальные режимы налогообложения, преимущественно на единый сельскохозяйственный налог.

За это время снизилась совокупная налоговая нагрузка на инвестиции (почти в полтора раза за четыре года), выручку (на 3,35 процентных пункта) и активы (почти на половину), не считая 2009 года, когда снижение доли организаций, находящихся на спецрежимах в общей их численности на 2,19 % по сравнению с предыдущим годом привело к увеличению совокупной налоговой нагрузки на инвестиции на 0,62% и соответственно снижению суммы привлечённых инвестиций в сельское хозяйство региона на 560149 тыс. руб. (40,83%).

Кроме того, подъём инвестиционной активности сельского хозяйства в 2010 году до уровня, превышающего 2007 год оказался возможным за счёт того же фактора – предоставления сельскохозяйственным организациям использовать специальные налоговые режимы для сокращения своей налоговой нагрузки. Отметим, что всплеск инвестиционной активности, приходящийся на 2008 год, когда сумма привлечённых инвестиционных кредитов банков и средств инвесторов в отрасль сельского хозяйства достигла максимального за пять лет значе-

ния (1371867 тыс. руб.), в области была зафиксирована небольшая налоговая нагрузка на инвестиции (0,98%) и высокая доля организаций, находящихся на спецрежимах в общей их численности (85,66%).

Прогноз привлечения в сельское хозяйство инвестиций, построенный на основе линии тренда степенной функции, свидетельствует о высокой эластичности инвестиций по налоговой нагрузке на них, сниженной за счёт перехода всё большего количества организаций на специальные налоговые режимы. Так, при обеспечении плавного снижения налоговой нагрузки на инвестиции к 2020 году до уровня 0,85% и менее, в сельское хозяйство Саратовской области будет привлечено более 1,8 млрд. руб. инвестиций (рисунок 1).

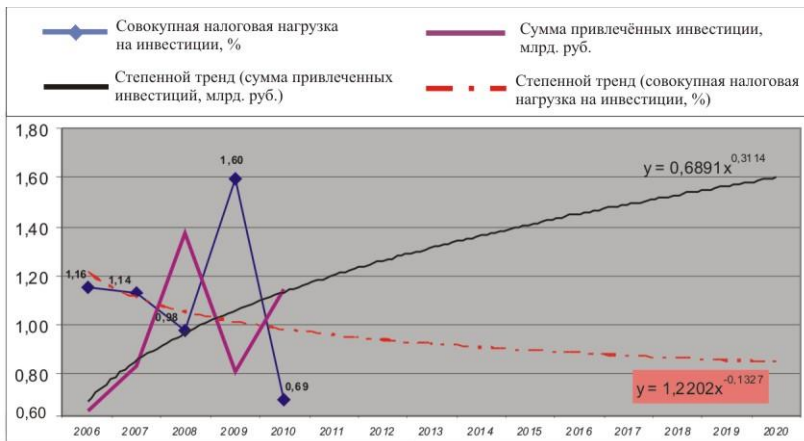


Рисунок 1 – Прогноз инвестиционной активности и налоговой нагрузки сельскохозяйственных организаций Саратовской области до 2020 года

Таким образом, для выполнения цели стимулирования инвестиционной привлекательности сельского хозяйства России в дальнейшем необходимо совершенствование налогового стимулирования и предоставления гарантий сельскохозяйственным товаропроизводителям по особо значимым инвестиционным и инновационным проектам и создание благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса в сельской местности за счёт введения упрощенной системы налогообложения на основе патента.

Курачева Анастасия Петровна, студент 2 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Некрашевич С.И., канд. экон. наук, доцент, зав. каф. управления

Оценка современного состояния и проблем развития АПК Республики Беларусь

Актуальность. В настоящее время агропромышленный комплекс Республики Беларусь находится на пути стабилизации и подъема производства. Экономический спад, который продолжался долгое время, охватил все отрасли и сферы аграрного комплекса и приобрел черты устойчивого характера. В результате отдельные механизмы и элементы из временных превратились в постоянные, представляя собой новое качество экономических отношений, построенных на симбиозе административных и рыночных методов.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – рассмотрение проблем развития АПК Беларуси. Агропромышленный комплекс страны, реализует Государственную программу возрождения и развития села на 2010 - 2015 гг., обеспечил стабильный рост показателей во всех отраслях. По производству основных видов продукции в расчете на душу населения республика в последние годы занимает лидирующее положение среди стран СНГ, а по отдельным показателям приближается к уровню развитых в аграрном отношении мировых держав. Вместе с тем 2011 сельскохозяйственный год был достаточно продуктивным для аграриев страны. Высокие результаты достигнуты благодаря огромной поддержке агропромышленного комплекса со стороны государства, широкому внедрению научных достижений, самоотверженному труду руководителей, специалистов, механизаторов и других участников сельскохозяйственного процесса, благоприятно сложившимся погодными условиям. Собран самый весомый урожай зерновых и зернобобовых культур.

Во всех категориях хозяйств вместе с кукурузой намолочено 8,2 млн. тонн зерна в чистом весе. Урожайность зерновых в 2011 году почти на 5 центнеров превышает урожайность 2010 года и составляет 34,7 ц/га против 29,7 ц/га.

Одна из важнейших, приоритетных задач – выполнить в полной мере все задачи, определенные Государственной программой развития села на 2011-2015 гг. в части решения социальных проблем сельского населения, повысить на этой основе привлекательность сельского труда и образа жизни.

Ученые республики полагают, что реализация изложенных направлений совершенствования практики функционирования отечественного агропромышленного комплекса позволит обеспечить дальнейшее наращивание производства сельскохозяйственной продукции при снижении ее затратности и повышении конкурентоспособности на внутреннем и внешних рынках, на этой основе существенно улучшить

экономику сельскохозяйственных организаций, создать базу для решения социальных проблем сельского населения.

В 2011 году, по данным официальной статистики, Беларусь экспортировала товаров на сумму 40,3 млрд. долларов и увеличила этот показатель по сравнению с 2010 годом почти на 60%. Преобладающими в товарной структуре экспорта сельскохозяйственной продукции в январе-сентябре были молокопродукты (58,7%), мясо и мясопродукты (30,1%), казеин (3,6%), яйцо (1,4%). Экспорт продукции в страны СНГ, кроме России, в январе-сентябре 2011 года составил 114,4 млн. долларов США, и увеличился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года в 1,4 раза.

Переход к рыночным отношениям принимается не как разрушительный процесс, а как расширение возможностей хозяйствующих субъектов и направлен, прежде всего, на преодоление недостатков чрезмерной централизации управления, развития инициативы товаропроизводителей, усиление их мотивации в применении более совершенных методов организации и ведения производства.

При рыночных отношениях основой деятельности всех типов предприятий АПК становится самокупаемость, а товаропроизводители выступают как непосредственные субъекты рынка. В силу этих обстоятельств рынок является важнейшим фактором прогресса сельского хозяйства, вызывая в нем положительные изменения производственно-го и экономического характера.

При этом следует подчеркнуть, что нельзя рассматривать рынок как самоцель. Рыночные отношения, включающие в себя комплекс экономических регуляторов, которые, если говорить о целевых ориентирах развития АПК, в ближайшие годы обеспечат его стабилизацию и последующие устойчивое развитие.

Полученные результаты. Таким образом, изложенные выше позиции, позволяют сформировать цель реформирования агропромышленного комплекса, которая заключается в формировании эффективного, конкурентоспособного сельскохозяйственного производства, базирующегося на различных формах собственности, включая частную на средства производства, в том числе на землю, опирающегося на инициативу и предприимчивость производителей сельскохозяйственной продукции, а также поддержку государства, обеспечивающих социальные и экономические интересы сельских товаропроизводителей.

*Лешкова Дарья Александровна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Краснова Л.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса*

Качество товара как определяющий фактор его конкурентоспособности

Актуальность. Современная рыночная экономика предъявляет принципиально иные требования к качеству выпускаемой продукции, так как повышение качества в значительной степени определяет выживаемость и успех предприятия в условиях рынка, темпы технического прогресса, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. От выпуска высококачественной продукции выигрывает и национальная экономика, поскольку в этом случае увеличиваются экспортный потенциал и доходная часть платежного баланса страны, повышается авторитет государства в мировом сообществе.

Республика Беларусь принадлежит к мировым лидерам по уровню производства молока на душу населения. Молочнопродуктовый подкомплекс АПК имеет особую экономическую и социальную значимость, поскольку от объема производства молока и молочных продуктов, их конкурентоспособности зависит уровень жизни населения, качество воспроизводства трудовых ресурсов и продовольственная безопасность страны и региона.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является изучение качества товара как важнейшей составляющей его конкурентоспособности, показатели и факторы его определяющие. Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- исследовать понятийный аппарат качества продукции;
- изучить факторы, формирующие и сохраняющие качество;
- изучить подходы к управлению качеством продукции и др.

В процессе исследования были использованы методы: сравнения, сопоставления, метод анализа и синтеза, экономико-статистических сравнений.

Качество – это степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования. Качество всегда было и остается исключительной категорией при характеристике продукции. Особенно это становится заметным в условиях развития рыночных отношений, когда определяющим фактором успешного функционирования предприятий является производство конкурентоспособной продукции.

Полученные результаты. Результат проведенного исследования свидетельствует, что продукция ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод», подлежащая обязательной сертификации, сертифицирована и имеет удостоверение о гигиенической регистрации. Доля сертифицированной продукции в общем объеме производства со-

ставляет 85,8%. Сертификаты соответствия СТБ зарегистрированы в Государственном реестре Республики Беларусь.

Чтобы занять стабильное положение по производству и реализации сыров твердых, масла коровьего и сухого обезжиренного молока в Могилевской области Республики Беларусь, регионах Российской Федерации и в целом по Республики Беларусь за счет производства высококачественной, конкурентоспособной и безопасной для жизни и здоровья человека продукции, на предприятии внедрена система управления качеством и безопасностью пищевых продуктов на основе принципов НАССР. Также на предприятии внедрена система менеджмента качества ИСО 9001-2001. Данная система качества является гарантом удовлетворенности требований и ожиданий потребителей к безопасности и качеству вырабатываемой продукции.

В декабре 2011г. на ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод» внедрена система менеджмента безопасности пищевых продуктов, основанная на требованиях стандартов ИСО 22000, которые предлагают специальные методы менеджмента безопасности продуктов во всей пищевой цепи: обеспечение безопасности продуктов питания не только на этапе их производства, но и на этапах получения сельскохозяйственной продукции (сырья), транспортировки продукции, хранения, ее последующей реализации.

Таким образом, ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод» обеспечивает безопасность выпускаемой продукции, применяет и реализовывает следующие принципы и положения по всем направлениям производственной деятельности:

- строгое соблюдение требований законодательства РБ, РФ, ТС в сфере безопасности продовольствия на основе Закона «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»;
 - неукоснительное выполнение положений законов «О защите прав потребителей», «О безопасности продуктов питания и продовольственного сырья для жизни и здоровья человека»;
 - эффективное применение на производстве «Ветеринарно-санитарных правил РБ и РФ»;
- обеспечение стабильности технологических процессов применительно к качеству и безопасности продукции.

*Липинская Кристина Александровна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права,
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Жук Н.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса*

Оценка эффективности и повышения конкурентоспособности предприятия

Актуальность. На сегодняшний день проблема эффективности и достижения предприятиями высокого уровня конкурентоспособности актуальна, так как современный темп изменения и увеличения знаний

является настолько большим, что стратегическое планирование основных направлений повышения конкурентоспособности предприятия представляется единственным способом формального прогнозирования будущих проблем и возможностей для предприятий и организаций. Быть конкурентоспособным – единственная возможность успешного функционирования в отрасли для предприятия.

Методика и содержание исследования. Экономическая эффективность деятельности предприятия представляет собой соотношение полученного результата к затраченным материальным и финансовым ресурсам.

Можно выделить основные методы оценки эффективности использования финансовых ресурсов на предприятии и показатели, связанные с этими методами.

1. Метод расчета показателей рентабельности. Рентабельность показывает прибыль, получаемую с каждого рубля средств, вложенных в предприятие или иные финансовые операции. Наибольшую важность представляют такие показатели рентабельности как рентабельность продаж, собственного капитала, текущих и внеоборотных активов, рентабельность инвестиций.

2. Метод анализа финансовых коэффициентов (R-анализ): базируется на расчете соотношения различных показателей финансовой деятельности предприятия между собой. Основные показатели: коэффициенты оценки финансовой устойчивости предприятия, коэффициенты оценки платежеспособности (ликвидности), коэффициенты оценки оборачиваемости активов и коэффициенты оценки оборачиваемости капитала.

3. Метод оценки стоимости финансовых ресурсов. Стоимость капитала предприятия служит мерой прибыльности операционной деятельности и характеризует часть прибыли, которая должна быть уплачена за использование сформированного или привлеченного нового капитала для обеспечения выпуска и реализации продукции.

Рассчитываются: стоимость функционирующего собственного капитала предприятия, стоимость заемного капитала в форме банковского кредита, стоимость заемного капитала, привлекается за счет эмиссии облигаций, средневзвешенная стоимость капитала и предельная эффективность капитала.

4. Метод оценки структуры и движения капитала предприятия. Предполагает проведение оценки эффективности использования финансовых ресурсов предприятия при помощи показателей движения капитала (активов) предприятия, к которым относят коэффициенты поступления, выбытия и использования, рассчитываемые по всему совокупному капиталу и по его составляющим, а также определения соотношения величины собственного и заемного капитала.

Конкурентоспособность предприятия – это преимущество одного предприятия по отношению к другим в данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Конкурентоспособность можно выявить только

сравнением между собой фирм, относящихся к одной отрасли, либо фирм, выпускающих аналогичные товары (услуги). Необходимо, чтобы обе фирмы удовлетворяли идентичные потребности покупателей, относились к родственным сегментам рынка и находились примерно в одних и тех же фазах жизненного цикла.

Если за базу сравнения принимается потребность покупателя, то расчет единичного показателя конкурентоспособности может производиться по формуле:

$$g_i = \frac{\Pi_i}{\Pi_{in}} \times 100\% \quad (1)$$

где g_i – единичный параметрический показатель конкурентоспособности;

Π_i – величина i -го параметра для анализируемой продукции;

Π_{in} – величина i -го параметра, при котором потребность удовлетворяется полностью;

n – количество анализируемых параметров.

Если за базу сравнения принимается образец (аналогичный товар, имеющий максимальный объем продаж и наилучшую перспективу сбыта в будущем), то в знаменателе дроби следует поставить величину i -го параметра для изделия, принятого за образец.

Описанный метод (дифференциальный) позволяет констатировать факт необходимости повышения или снижения параметров продукции для обеспечения конкурентоспособности, но не отражает влияние каждого параметра при выборе товара потребителем.

Методы повышения конкурентоспособности предприятий следует рассматривать для конкретной отрасли в частности. В льноводческой отрасли Беларуси существует ряд проблем: льносырьё в Беларуси в основном представлено коротким волокном и не очень высокого качества, с низкой прядильной способностью, из него вырабатывают только технические, тарные ткани; из-за высокой стоимости оборудования и значительных расходов на его доставку льнозаводы практически не приобретали технологических линий; природные условия Беларуси благоприятны для выращивания льна во всех областях, однако уровень концентрации посевов определяется экономическими условиями (рентабельность производства и наличие рынков сбыта) и др. Эти проблемы можно решить путём рационального использования льносырья и повышения эффективности его переработки. Необходимы меры организационно-технического плана, такие как: техническое перевооружение, внедрение на льнозаводах прогрессивных технологий; установка технологических линий по производству длинного волокна с применением новой конструкции мяльно-трепального агрегата; внедрение ресурсосберегающих технологий на подготовительных операциях по переработке сырья; нормирование затрат по группам – переменные, размер которых возрастает с увеличением объёмов переработанного сы-

рья и условно-постоянные, величина которых остаётся неизменной вне зависимости от объёмов выработки льноволокна; совершенствование взаимоотношений между производителями сырья и переработчиками. Также необходимо увеличить посевные площади, которые за последние годы имеют тенденцию резкого сокращения и увеличить экспорт продукции на мировой рынок.

Полученные результаты. Для оценки эффективности предприятия можно использовать такие методы как метод расчета показателей рентабельности, метод анализ финансовых коэффициентов (R-анализ), метод оценки стоимости финансовых ресурсов и метод оценки структуры и движения капитала предприятия.

Для оценки конкурентоспособности предприятия, в зависимости от базы сравнения, можно использовать метод расчёта единичных и интегральных показателей конкурентоспособности с разными базами сравнения. Направления повышения конкурентоспособности предприятия лучше определять для каждой из отраслей в отдельности.

Основные проблемы льноводческой отрасли Беларуси можно решить путём принятия мер организационно-технического плана и увеличения экспорта льнопродукции на мировой рынок.

Лодырева Анастасия Алексеевна, студент 1 курса, факультет экономики и управления, Пензенский государственный университет

Научный руководитель – Сафонова О.Н., канд. экон. наук, доцент каф. экономической теории и мировой экономики

Проблема развития и совершенствования коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий АПК

Актуальность. Проблема развития и совершенствования коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий АПК очень актуальна, т. к. переход к рыночным условиям производства и сбыта сельскохозяйственной продукции, а также происходящими количественными и качественными изменениями в условиях производственно-хозяйственной деятельности колхозов, совхозов и объединений, требует адаптации предприятий к этим условиям. Совершенствование коммерческой деятельности сельскохозяйственного производства является важным резервом повышения его эффективности. Опыт многих сельскохозяйственных предприятий и объединений подтверждает, что там, где руководители и специалисты постоянно занимаются совершенствованием коммерческой деятельности сельскохозяйственного производства, происходит постоянный рост производства продукции сельского хозяйства, производительности труда, экономии средств и повышения рентабельности всех отраслей.

Методика и содержание исследования. Проблема развития и совершенствования коммерческой деятельности предприятий является сложной и многоплановой. Она требует комплексного решения экономических, организационных и технологических вопросов, обеспечи-

вающих, прежде всего, рост объемов производства сельскохозяйственной продукции, повышение качества продукции, улучшения материально-технической базы сельскохозяйственных предприятий, развитие перерабатывающих отраслей, а самое главное - новая система взаимоотношений всех объектов народного хозяйства в условиях развивающегося рынка в России. Основными направлениями повышения эффективности коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий являются: 1) организация коммерческой службы на сельскохозяйственных предприятиях. Она будет заниматься не только маркетинговыми исследованиями, снабжением бесперебойного процесса производства, поисков наиболее выгодных каналов реализации произведенной сельскохозяйственной и переработанной продукции, но также: финансовым анализом и контролем использования оборотных средств предприятия. С помощью финансового анализа деятельности субъектов хозяйствования вырабатываются стратегия и тактика развития предприятия, обосновываются планы и управленческие решения, осуществляется контроль за их выполнением, выявляются резервы повышения эффективности производства, оцениваются результаты деятельности предприятия, его подразделений и работников. Проведенный анализ дает возможность оценить финансовые результаты деятельности предприятия, определить проблемы, стоящие перед ним и, как следствие, наметить пути решения этих проблем. 2) Поиск надежных и постоянных партнеров в бизнесе. Для того чтобы выжить в условиях абсолютной неопределенности, работать локтями бесполезно – необходимо объединение усилий, обмен знаниями, технологиями, идеями. Для этого необходимо найти «правильного» партнера. 3) Применение механизма государственного регулирования по контролю качества продукции. Если законодательное обеспечение разработки технических регламентов, определяющих требования качества сельхозпродукции России имеется, и к этой работе предусмотрено подключение отраслевых союзов (ассоциаций), то в части реального контроля за качеством продовольственных товаров положение в последние годы не улучшается. Возможно, следовало бы принять специальный федеральный закон о качестве сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. 4) кооперации и интеграции предприятий. Примеров развития интеграционных процессов в АПК РФ много и они свидетельствуют о том, что структуры, объединяющие в своём составе все звенья - от производства сельскохозяйственной продукции до реализации её потребителям являются более эффективными и приспособленными к условиям рыночной экономики. Они получают распространение во многих регионах Российской Федерации, характеризуются большим разнообразием по организационно-правовым формам, составу участников, видам деятельности, формам собственности.

Полученные результаты. Коммерческая деятельность представляет, пожалуй, самое новое направление в работе сельскохозяйственных предприятий, получившее развитие в связи с формированием рыноч-

ных отношений в экономической системе России, что в значительной мере определяет тот интерес, который проявляется к ней со стороны участников процесса производства сельскохозяйственной продукции. Поскольку этот интерес напрямую связан с возможностями работы предприятий и зачастую определяет дальнейшее его существование. Необходимость самостоятельного решения вопросов коммерческой деятельности, имеющих ответственный характер, требует как понимания задач, стоящих перед каждым, кто с ними сталкивается, так и принятия обоснованных решений на основе грамотного подхода, который возможен только через овладение основами коммерческой работы. Переход к рыночной экономике, появление большого разнообразия организационно-правовых форм предприятий обусловили потребность в новых подходах к организации и технологии торговых процессов, широкому развитию частной инициативы и предпринимательства. Практическая значимость исследования состоит в возможности повышения эффективности коммерческой деятельности предприятий за счет улучшения использования ресурсов производства, выявления наиболее выгодных партнеров по переработке и продаже сельскохозяйственной продукции, применения механизма государственного регулирования по контролю качества продукции, кооперации и интеграции предприятий. Следование вышеперечисленным направлениями позволит добиться повышения эффективности коммерческой деятельности сельскохозяйственных предприятий АПК.

Максимчик Анна Андреевна, студент 4 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Дулевич Л.И., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса

Импортозамещение кормовых добавок в СПК имени Деньщикова

Актуальность. Одним из путей пополнения ресурсов протеина является использование в кормлении сельскохозяйственных животных маслосемян рапса и продуктов его переработки. В семенах рапса содержится 40-48% полувысыхающего масла и 21-33% протеина, коэффициент переваримости составляет 84,4 – 93,4%.

Немаловажно и то, что рапсовый жмых и шрот является отечественным кормовым компонентом, что значительно снижает затраты на единицу продукции и решает проблему импортозамещения соевого и подсолнечного жмыха и шрота.

Использование новых рецептов комбикормов с использованием рапса позволит исключить проблему гиповитаминоза, обеспечит повышение иммунитета.

Методика и содержание исследования. Инвестиционная стратегия СПК имени Деньщикова – техническое перевооружение и модернизация производства для улучшения качества кормов путем глубокой

и качественной переработки сельскохозяйственного сырья. Нами разработан бизнес-план инвестиционного проекта по производству рапсового масла и жмыха в СПК имени Деньщикова. Цель проекта – улучшение качества, повышение питательности и удешевление кормов путем использования в рационах кормления крупного рогатого скота продуктов переработки рапса. При выборе поставщика оборудования были рассмотрены три фирмы, занимающиеся поставками пресс-экструдеров. Нами была выбрана немецкая фирма, так как её условия поставки и характеристики предлагаемого оборудования наиболее соответствовали запросам предприятия. Пусконаладочные работы будут производиться специалистами этой же фирмы, а также обучение специалистов предприятия в области обслуживания, эксплуатации и ремонтных работ. Проектом предусмотрено использование пресса-экструдера ПЭ-500 для переработки маслосемян рапса собственного производства.

Полученные результаты. Суммарная потребность в инвестициях составит 654,5 млн. рублей, в т.ч. выплата процентов по кредиту – 256,1 млн. руб.

Таблица 1 – Сводные показатели по проекту

Наименование показателей	По проекту	По периодам реализации проекта				
		Годы				
		2012	2013	2014	2015	2016
Общие инвестиционные затраты, млн. руб.:						
Капитальные затраты без НДС (стоимость инвестпроекта)	332	332	0	0	0	0
НДС	66,4	66,4	0	0	0	0
Прирост чистого оборотного капитала						
Плата за кредиты на капитальные затраты	256,1	111,1	79,7	48,3	17,0	0
Источники финансирования инвестиционных затрат, млн. руб.:						
собственные средства	50	50	0	0	0	0
заемные средства	348,4	348,4	0	0	0	0
Доля собственных средств в объеме инвестиций, %	12,6	0	0	0	0	0
Выручка от реализации продукции, млн. руб.	x	1090	1090	1090	1090	1090
Чистая прибыль, млн. руб.	x	279,1	319,2	319,2	319,2	319,2
Чистый доход, млн. руб.	x	280,5	346,9	346,9	346,9	346,9
Численность работающих, чел.	x	1	1	1	1	1
Выручка от реализации продукции (без НДС) на одного работающего	x	980,5	980,5	980,5	980,5	980,5

Показатели эффективности проекта:						
простой срок окупаемости, лет						1,6
динамический срок окупаемости, лет						1,9
чистый дисконтированный доход, млн. руб.						358,1
внутренняя норма доходности, %						68
индекс рентабельности						1,71
уровень безубыточности, %	х	2,8	6,9	6,9	6,9	6,9
коэффициент покрытия задолженности	х	1,42	2,08	2,56	3,33	х
рентабельность продаж, %	х	29,7	31,7	31,7	31,7	31,7
рентабельность продукции, %	х	44,1	48,4	48,4	48,4	48,4

Основным источником финансирования проекта является кредит на сумму 348,4 млн. руб. сроком на 4 года под 44 % годовых. Уплата процентов и суммы основного долга производится ежемесячно. Доля собственных средств составляет 12,6 % или 50 млн. рублей.

При организации производства рапсового масла и жмыха планируется привлечь 1 нового работника. Размер среднемесячной заработной платы с учетом премий и надбавок составит 2 307 тыс. руб.

Простой срок окупаемости данного проекта составляет 1,6 года, динамический – 1,9 года.

Ежегодно при реализации масла и жмыха рапсового СПК имени Деньщикова будет получать 980,5 млн. руб. выручки (без учета НДС). Проектная рентабельность продаж к концу 2016 года составит 31,7 %, рентабельность реализованной продукции – 48,4 %.

В СПК имени Деньщикова в структуре затрат соевый шрот занимает 10 %, следовательно, при замене соевого шрота рапсовым жмыхом стоимость добавок уменьшится на 24 %, а себестоимость молока снизится на 2,4 %. Внедрение данного бизнес-плана позволит сэкономить на кормах за год от одной коровы около 57,7 долл. США или 99,3 тыс. долл. США при среднегодовом поголовье коров 1720 голов.

Петрова Дарья Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Фрейдин М.З., канд. экон. наук, профессор, зав. каф. агробизнеса

Основные направления повышения эффективности производства и сбыта молочной продукции в Республике Беларусь

Актуальность. Повышение эффективности молочного производства предполагает использование достижений научно-технического прогресса, внедрение интенсивных технологий, рациональных форм организации производства, труда и управления. Их воздействие осуществляется на разных уровнях, с разной степенью интенсивности и силой, различной направленностью. Системный подход к анализу производ-

ственно-хозяйственной деятельности предприятий требует классификации и упорядочения резервов производства и определения роли каждого из них в достижении экономического эффекта.

Методика и содержание исследования. Молочная отрасль в целом Республике Беларусь является одним из приоритетных направлений развития экономики, что подтверждается постоянной поддержкой данного сектора из государственного бюджета и путем предоставления льготных кредитов предприятиям отрасли. В 2010г. был принят Указ Президента Республики Беларусь № 480 «О некоторых вопросах развития молочной отрасли», в рамках которого была утверждена Республиканская программа развития молочной отрасли на 2010-2015 гг.

Перед молочной отраслью Беларуси стоит задача увеличить численность поголовья коров в 2015г. до 1,6 млн. голов, (на 21% больше по сравнению с 2010г.). Поставки молочного сырья перерабатывающим организациям возрастут до 9 млн. т (на 74,7%). Благодаря реализации программы планируется снизить сезонность производства молока и его поставок на перерабатывающие предприятия. Колебания между минимальным и максимальным месячным производством в 2015г. должны составить не более 20%.

В 2015г. производственные мощности по переработке молока достигнут 9,2 млн. т в год, в том числе по выпуску сыров – 203 тыс. т, масла – 180 тыс. т, сухих молочных продуктов (жирного и обезжиренного сухого молока, сухой сыворотки) – 300 тыс. т, цельномолочной продукции в пересчете на молоко – 2 млн. т (в том числе продукции для детского питания – 43 тыс. т).

По результатам реализации программы внутренний рынок потребления молочных продуктов будет полностью удовлетворяться за счет собственного производства. В 2015г. 41% молочной продукции предусматривается реализовать на внутреннем рынке, 59% – экспортировать. Экспортные объемы молочной продукции в финансовом выражении возрастут до \$2,65 млрд. (в 2009г. они составляли \$1 млрд.).

Наращивание сырьевой базы и производственных мощностей в молочной отрасли Беларуси приведет к значительному увеличению производства молока и молочной продукции. В то же время, потребление продукции молочной отрасли на внутреннем рынке Беларуси постоянно снижается, что вместе с прогнозируемыми показателями программы развития молочной отрасли будет вынуждать белорусские молокоперерабатывающие предприятия увеличивать экспорт продукции.

Стратегическим внешним рынком сбыта для белорусской молочной продукции является Россия. Однако, согласно заявлениям правительства России, к концу 2012г. планируется осуществить строительство новых молочно-товарных ферм для обеспечения сырьем всех молокоперерабатывающих заводов страны и снижения импорта молока до 2%. Тем не менее, в 2010г. в России, как и в Беларуси, произошла засуха кормового сырья, что вызвало рост цен на молоко и молочную продукцию в России. В Беларуси значительного увеличения цен не

произошло, что связано с тем, что основную долю молока производят крупные сельскохозяйственные предприятия, которые в основном обеспечены двухлетними запасами кормов. В России около 50% молока приходится на долю мелкотоварных производителей, у которых нет возможности иметь такие запасы. Кроме того, на внутреннем рынке молочно наблюдался рост потребления – 13% за 1-ое полугодие 2011г.

Таким образом, с целью нормализации уровня цен на рынке и удовлетворения потребительского спроса правительство России приняло решение не отказываться от импорта молока и молочной продукции из Беларуси. Однако, рассматривая внешнеторговые отношения России и Беларуси в рамках таможенного союза, стоит отметить, что в настоящий момент уже унифицированы технические барьеры юридических лиц стран-участниц. Это означает, что одной из стран союза ветеринарный сертификат на продукцию, произведенную в таможенном союзе, будет действителен во всех государствах-членах.

Полученные результаты. Для расширения рынков сбыта, международной молочной кооперации, также с целью диверсифицировать экспорт белорусских молочных продуктов, было предложено ввести специальную квоту для наращивания экспорта этих продуктов в третьи страны. Межправительственной рабочей группой России и Беларуси было принято решение о создании по одной уполномоченной компании оператору от каждой области Республики Беларусь. Таким образом, весь экспорт молочной продукции из Беларуси в Россию осуществляться только уполномоченными компаниями, перечень которых будет утвержден и представлен в ближайшее время.

Белорусские молокоперерабатывающие предприятия стремятся выходить на новые рынки, улучшая качество своей продукции, модернизируя производство, экспортируя собственную продукцию в страны Западной Европы, Азии, Латинской Америки. Таким образом, повышение эффективности производства и сбыта молочной продукции предполагает использование достижений научно-технического прогресса, внедрение интенсивных технологий, рациональных форм организации производства, труда и управления.

Сабирова Гузалия Ринатовна, студентка 3 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Метрик Л.В., ст. преподаватель каф. экономики и МЭО в АПК

Экономическая эффективность внешней торговли молочной продукцией в Республике Беларусь

Актуальность. Основным направлением внешнеэкономической деятельности в большинстве стран является внешняя торговля. Молочная продукция является одним из важнейших товаров, который участвует в мировой торговле. Эффективность экспорта молочной

продукции - это важное направление торговой политики многих стран, что и обусловило актуальность и выбор темы исследования.

Методика и содержание исследования. Целью работы является: анализ современного состояния внешней торговли молочной продукцией в Республике Беларусь, а так же выявление основных направлений повышения экономической эффективности экспорта молока и молочной продукции. В процессе исследований использовались следующие методы анализа данных: абстрактно-логический, экономико-статистический, монографический, расчетно-конструктивный.

Полученные результаты. Проведенный нами анализ современного состояния внешней торговли молочной продукцией в Республике Беларусь с другими странами позволил выявить, что за период с 2005 по 2010 годы экспорт её вырос с 474,1 млн. долл. США до 1500 млн. долл. США, то есть практически утроился.

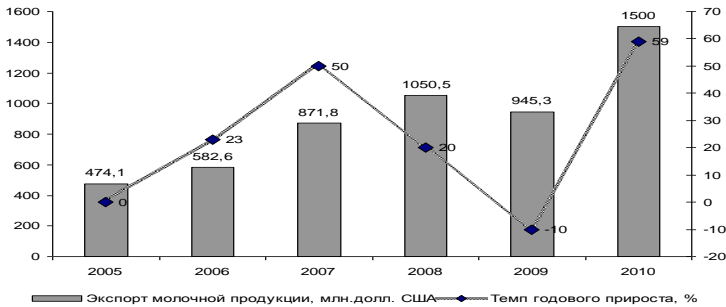


Рисунок 1 – Динамика экспорта молочных продуктов в Республике Беларусь

Источник – построен на основании анализа данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Причём, главным направлением экспорта (94 %) является Россия – один из крупнейших импортеров молочной продукции в мире. В 2005 – 2007 гг. значительную часть производимой молочной продукции (30% и более) Беларусь экспортировала. В 2009 г. доля экспорта в общем объеме производства снизилась до 48% (с 60% в 2008 году). Это обусловлено противоречиями в согласовании условий поставки молочных продуктов в Россию. Так как этот вопрос был урегулирован, в 2010 году был зафиксирован существенный рост экспорта в стоимостном выражении.

Импорт молочной продукции также в основном происходит из России (в среднем более 80%). Кроме того, молочная продукция импортируется из Украины и Европы (Бельгия, Германия, Италия, Испания, Литва, Нидерланды, Польша, Финляндия, Франция и др.). В целом же в 2009 г. импорт молочных продуктов составил около 35 млн. долл. США (всего 4% экспорта). В период с 2005 по 2009 год импорт молочных продуктов вырос с 17,0 до 35,1 млн. долл. США, то есть практиче-

ски удвоился. Импорт молочной продукции в 2010 году оценивается в 52,0 млн. долл. США.

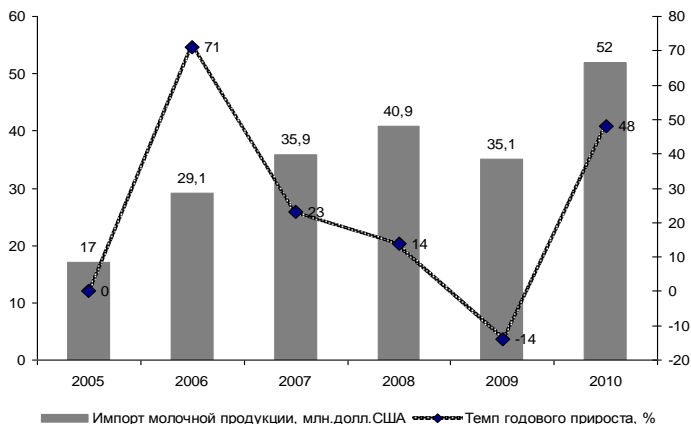


Рисунок 2 – Динамика импорта молочных продуктов в Республике Беларусь

Источник – построен на основании анализа данных Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Учитывая, что мировой рынок поделен между основными экспортерами, занять более широкую нишу весьма проблематично. Более того, ряд стран, нынешних импортеров (Россия, Украина, страны Центральной и Восточной Европы) ставят цель сократить импорт, вследствие принимаемых мер по наращиванию собственного производства в целях обеспечения национальной продовольственной безопасности. Беларуси предстоит конкурировать с сильными транснациональными компаниями, такими как Nestle (Швейцария), Arla Foods (Германия/Швеция), Danone (Франция), Laktalis (Франция), Unilever (Нидерланды/Великобритания), Kraft Foods (США) и др. Преимущество основных конкурентов – внедрение в практику работы эффективных систем менеджмента качества на основе принципов HACCP и требований ISO 22000, а также системы менеджмента безопасности пищевой продукции и механизмов сертификации, утвержденных в рамках Глобальной Инициативы по безопасности продуктов питания.

Повысить эффективность внешнеторговой деятельности можно путем:

- организации целевого товарного производства продукции, предназначенной для экспорта; для этого необходимо определить сеть сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, которым будет оказана поддержка при создании необходимой материально-технической экспортной базы;
- создания разветвленной маркетинговой службы;

- создания нормативной законодательной базы, предусматривающей четкое валютное регулирование;
- налаживания производства современных видов тары и тароупаковочных материалов;
- создания новых конкурентоспособных производств;
- создания развитой инфраструктуры ярмарочно-выставочной деятельности;
- оптимизации затраты на производство;
- повышения качества отечественной продукции, в том числе и за счет сохранения натуральных компонентов;
- разработки мер по рациональному использованию экспортного потенциала. При разработке мер по активации экспорта и повышению его эффективности необходимо учитывать нормативно-правовые требования к оформлению документации, качественным параметрам и другие требования страны-импортера.

Самодеев Степан Григорьевич, студент 2 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Тоболіч З.А., ст. преподаватель каф. экономики и МЭО в АПК

Конкурентоспособность предприятий молочнопродуктового подкомплекса Могилевской области

Актуальность. В Республике Беларусь формируется и развивается социально-ориентированная рыночная экономика. В условиях преобразований, происходящих в экономике, предприятиям приходится решать ряд новых задач, учитывая социальные и экономические факторы. Возможности и динамику их приспособления к условиям рыночной конкуренции характеризует конкурентоспособность предприятий.

Как экономическая категория конкурентоспособность предприятия – понятие сложное. В экономической литературе ее связывают: во-первых, с конкурентоспособностью продукции; во-вторых, с экономической эффективностью; в-третьих, с экономическим потенциалом. Многогранность понятия конкурентоспособности предприятия обуславливает трудности ее определения.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – апробация разработанной методики определения конкурентоспособности предприятий на организациях молочнопродуктового подкомплекса Могилевской области. При проведении исследования были использованы приемы и способы монографического, расчетно-конструкторского и экспертного методов исследования.

В качестве объектов исследования выступали: ОАО «Бабушкина крынка», ОАО «Быховмолоко», ОАО «Молочные горки», ОАО «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод», ОАО «Осиповичский молочный комбинат», ОАО «Шкловский маслодельный завод».

В рамках настоящего исследования под конкурентоспособностью предприятия понималась относительная характеристика, которая выражает отличия развития данного предприятия по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей и по эффективности производственной деятельности.

Для анализа и оценки конкурентоспособности предприятий использовались следующие показатели (коэффициенты):

- показатели финансового состояния предприятия: коэффициент финансовой устойчивости, коэффициент устойчивого финансирования, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами, коэффициент оборачиваемости оборотных средств;

- показатели прибыльности (рентабельности) предприятия и продукции: рентабельность собственного капитала, рентабельность инвестиций, рентабельность активов, рентабельность продукции и рентабельность оборота;

- показатели производства и реализации продукции, работ, услуг: материалоемкость, трудоемкость, фондоемкость, импортноемкость продукции и экспортоориентированность продукции;

- показатели инвестиционной деятельности (капитальных вложений) и инноваций: доля основных средств в балансе, доля нематериальных активов в балансе, коэффициент годности основных средств, эффективность воспроизводства основных средств, фондоотдача.

Каждый из вышеперечисленных элементов конкурентоспособности предприятия оценивался на основе отобранных показателей с учетом заданных экспертным путем весовых коэффициентов.

Полученные результаты. Проведенные по описанной методике расчеты показали, что среди перерабатывающих предприятий молочно-продуктового подкомплекса Могилевской области наименьшую конкурентоспособность предприятия имеет Мстиславский маслодельно-сыродельный завод (0,117), а наибольшую – Бабушкина крынка (0,516). Это свидетельствует о неравномерном развитии организаций отрасли. Данные о конкурентоспособности предприятий представлены в таблице 1.

Проведенная оценка показала, что уровни конкурентоспособности предприятий существенно различаются. Данное обстоятельство обусловлено воздействием различных факторов. В этой связи мы можем предложить следующие рекомендации по изменению составляющих конкурентоспособности предприятий данных структур:

- изменение финансового состояния предприятия. В структуре источников средств у большинства предприятий долгосрочные и краткосрочные обязательства составляют более половины валюты баланса. Это приводит к снижению финансовой независимости и отрицатель-

ным значениям коэффициента маневренности. Поэтому следует рекомендовать предприятиям Быховмолоко, Молочные горки, Мстиславский маслодельно-сыродельный завод, Осиповичский молочный комбинат и Шкловский маслодельный увеличить в структуре баланса долю собственных средств;

Таблица 1 – Конкурентоспособность перерабатывающих предприятий молочнопродуктового подкомплекса Могилевской области

Предприятие	Показатели финансового состояния	Показатели прибыльности	Показатели производства и реализации	Показатели капитальных вложений	Показатель конкурентоспособности	По отношению к наилучшему значению
Бабушкина крынка	0,76	0,20	0,44	0,67	0,52	1,00
Быховмолоко	0,23	-0,10	0,33	0,67	0,28	0,55
Молочные горки	0,19	-0,32	0,27	0,66	0,20	0,39
Мстиславский маслодельно-сыродельный завод	0,36	-0,73	0,19	0,65	0,12	0,23
Осиповичский молочный комбинат	0,50	-0,13	0,19	0,63	0,30	0,58
Шкловский маслодельный завод	0,56	0,34	0,20	0,84	0,48	0,94

- изменение прибыльности и рентабельности. Анализ и оценка прибыльности (рентабельности) за последние годы показывает что производство и реализация продукции, работ, услуг являются доходными. В тоже время предприятия имеют значительные суммы накопленных непокрытых убытков. В связи с этим является важным для предприятий Быховмолоко, Молочные горки, Мстиславский маслодельно-сыродельный завод, Шкловский маслодельный завод совершенствование финансовой работы;

- изменения производства и реализации продукции, работ, услуг. Анализ и оценка структуры себестоимости показывает, что производства материалоемкие: удельный вес материальных затрат составляет от 74,6% до 86,6%. Поэтому вопрос снижения материалоемкости производства должен находиться в сфере пристального внимания экономистов-менеджеров. Предприятия 30 – 60% производимой продукции экспортируют, руководству других предприятий (Мстиславский маслодельно-сыродельный завод, Осиповичский молочный комбинат, Шкловский маслодельный завод) можем рекомендовать создать товаропроводящие сети за рубежом;

- изменения структуры капитальных вложений. В структуре капитала значительная доля принадлежит основным средствам и в последние годы происходит их последовательное обновление. В тоже время, стоимость нематериальных активов, в состав которых входят средства инициализации участников гражданского оборота: товарные знаки и знаки обслуживания, – невелика. В связи с этим предприятиям следует уделять больше внимания деятельности по созданию объектов интеллектуальной собственности.

Повышение конкурентоспособности предприятий – основа устойчивого социально-экономического развития национальной экономики. Молокоперерабатывающие предприятия Могилевской области обладают необходимым потенциалом для решения данной задачи.

Слагада Полина Анатольевна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Дулевич Л.И., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса

Биогазовая установка, работающая на собственных отходах птицеводства, как источник дешёвой энергии

Актуальность. Одним из факторов повышения конкурентоспособности как на внутреннем так и на внешнем рынке является снижение себестоимости продукции. Использование источников возобновляемой энергии позволяет удешевить топливно-энергетические ресурсы на производство продукции. В Республике Беларусь разработан Закон «О возобновляемых источниках энергии» от 27.12.2010г. № 204-З и ряд других законодательных актов, направленных на развитие и использование альтернативных газу и нефти, возобновляемых источников энергии, таких как энергия ветра, солнца, воды, биогаза и др.

Методика и содержание исследования. Цель научной работы – для выполнения намеченной стратегии развития филиала «Серволюкс Агро» СЗАО «Серволюкс» разработать бизнес-план инвестиционного проекта строительства биогазовой установки. Данная установка позволит обеспечить производство собственной электро- и теплоэнергией для увеличения объемов производства продукции, снижения ее себестоимости и укрепления позиций на рынке.

Методы исследования: монографический, расчётно-конструктивный, социологический опрос, экономико-статистический.

Также строительство биогазовой установки в комплексе с когенерационной установкой позволит:

- утилизировать и перерабатывать органические отходы;
- обеспечить бесперебойность электро- и теплоснабжения собственного производства;
- снизить ущерб от некачественной энергии, аварийного выхода из строя оборудования и недоотпуска продукции;

- получить более экологичный энергоноситель, снизив антропогенную нагрузку на экосистемы;
- увеличить прибыль за счет снижения затрат на покупку тепловой и электрической энергии;
- получить экологичное и высококачественное органическое удобрение, не содержащее семян сорняков;
- получить экологически чистую продукцию растениеводства и животноводства.

Полученные результаты. На основе сравнительного анализа поставщиком выбрана шведская инжиниринговая компания «Zorg Biogas», которая специализируется на строительстве биогазовых установок. Конструкторское и инженерное бюро «Zorg Biogas» выполняет полный комплекс работ по проектированию, строительству, наладке биогазовых станций по всему миру.

Данное оборудование имеет хорошее соотношение цена/качество. Компания работает в среднем ценовом сегменте, имеет самое большое в СНГ русскоязычное подразделение численностью более 40 человек в Киеве. Технология защищена патентами на устройство и способ производства биогаза.

В рамках данного проекта предполагается создание биогазовой установки с установкой дополнительного модуля теплоэлектростанции электрической мощностью 1063 кВт и тепловой мощностью 1081 кВт в непосредственной близости к птицеводческому хозяйству. Финансовое состояние предприятия позволяет использовать собственные средства для инвестирования проекта в размере 25,59 млрд. рублей (2, 4 млн. евро).

Биогазовая станция способна принять до 120 тонн помета в сутки и будет производить биогаз с содержанием метана 55-65%. Биогаз будет преобразовываться посредством когенерационной установки в электро- и теплоэнергию, отработанный субстрат планируется использовать в качестве биоудобрения в собственном подсобном хозяйстве «Гуслищи». Таким образом, 87% электроэнергии и 29 % теплоэнергии для производства «Серволюкс Агро» будет получать посредством биогазовой установки. Себестоимость 1 кВт-часа электроэнергии составит 150 рублей при цене покупки в настоящее время 600 руб.

Инвестиционный проект предполагает сокращение расходов на покупку электроэнергии и теплоэнергии. Расходы на топливно-энергетические ресурсы фактически до реализации проекта составляют 11,9 млрд. руб. С учетом реализации проекта предприятие снизит издержки на закупку тепло- и электроэнергии на 6,5 млрд. руб. в год. Используя биоудобрения, предприятие получит экономический эффект в размере 0,4 млрд. руб. в год. Бизнес-планом рассматривается создание 3 новых рабочих мест.

Простой срок окупаемости составит 3,7 лет. Динамический срок окупаемости инвестиций составит 7,1 лет, что соответствует средним срокам окупаемости биогазовых установок в Республике Беларусь

Привлекательность реализации данного проекта обосновывается результатами анализа финансово-экономической модели предприятия.

Чувствительность проекта к рискам средняя, что неплохо в нынешней экономической ситуации. Наиболее чувствителен проект к увеличению стоимости капитальных затрат. Но так как реализация проекта планируется в ближайшее время и в достаточно короткие сроки, то риск увеличения стоимости инвестиционных затрат прогнозируется как минимальный.

В комплект биогазовой установки входят: загрузчик твердого или жидкого сырья, реактор, емкость гомогенизации, газгольдер, мешалки, система смешивания воды и отопления, сепаратор, насосная станция, газовая система, когенерационная станция, приборы контроля КИПиА с визуализацией, система безопасности. Помет подается непосредственно в реактор шнековым загрузчиком. Загрузчик оснащен датчиками веса и электрическим приводом, которые интегрируются в централизованную систему управления биогазовой установкой. Перемешивание биомассы производится наклонными и погружными мешалками. Подогрев реактора ведется теплоносителем, тепло от охлаждения электростанции используется. Всю работу по сбраживанию отходов выполняют анаэробные микроорганизмы. В биореактор микроорганизмы вводятся один раз при первом запуске. Реакторы герметичны и безопасны для окружающей среды.

На выходе получается два продукта: биогаз и биоудобрения (компостированный и жидкий субстрат).

Биоудобрения. Экологически чистые, жидкие удобрения лишены нитритов, семян сорняков, болезнетворной микрофлоры, специфических запахов. Расход этих удобрений составляет 1-5 т вместо 60 т необработанного навоза для обработки 1га земли. В полученное удобрение могут добавляться фосфорные, калийные или другие удобрения, в зависимости от культуры, под которые будут использоваться удобрения. Испытания показывают увеличение урожайности в 2 раза.

Биогаз сохраняется в емкости для хранения биогаза – газгольдере. Из газгольдера по газовой системе идет непрерывная подача биогаза в теплоэлектрогенератор.

Слагада Полина Анатольевна, студент 5 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Дулевич Л.И., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса

Разработка инвестиционной стратегии филиала «Серволукс Агро» совместного закрытого акционерного общества «Серволукс»

Актуальность. Инвестиционная стратегия является составляющим элементом общей стратегии развития отрасли и организации. Общую отраслевую стратегию определяет Программа развития отрасли птице-

водства Республики Беларусь на 2011-2015гг. В 2015г. планируется произвести 569 тыс. т птицы в живом весе, что в 2 раза больше уровня 2009г. Увеличение объемов производства предусматривается за счет привлечения новейших пород и кроссов, оптимизации сырьевой базы для производства полноценных комбикормов, строительства и реконструкции производственных помещений с их техническим переоснащением на основе перспективного отечественного и зарубежного оборудования, а также увеличения среднесуточных привесов бройлеров до уровня не ниже 60 г, что на 20 % больше по сравнению с 2010г.

Методика и содержание исследования. Цель научной работы – разработать методику составления инвестиционной стратегии для производственного предприятия. Методы исследования: монографический, расчётно-конструктивный, социологический опрос, экономико-статистический.

Филиал «Серволюкс Агро» СЗАО «Серволюкс» входит в пятерку крупнейших предприятий Беларуси, занимающихся производством мяса цыплят-бройлеров. Производственная мощность составляет 50 тыс. т мяса в год. В 2011г. филиал произвел более 36 тыс. т. мяса птицы в живом весе. Более четверти (26,3%) производимой продукции «Серволюкс Агро» экспортирует в Российскую Федерацию. Выручка от реализации продукции в 2011г. по сравнению с 2010г. увеличилась в 2 раза и составила 407,8 млрд. руб., рентабельность по балансовой прибыли возросла на 15,2 п.п. и составила 43,9 %.

Полученные результаты. Стратегия развития предприятия разрабатывается в «Прогнозе развития коммерческой организации на пять лет». Обоснование целевых параметров в прогнозном периоде базируется на основных целевых параметрах развития соответствующей отрасли народного хозяйства, увязанных с показателями программы социально-экономического развития Республики Беларусь на очередные пять лет.

Производственная, инвестиционная и финансовая стратегии предприятия должны разрабатываться в соответствии с общей стратегией развития и маркетинговой стратегией предприятия на основе использования современных технологий для производства конкурентоспособной продукции. Факторами конкурентоспособности белорусской продукции птицеводства остается качество, ассортимент и цена.

Для характеристики инвестиционной деятельности предприятия в экономической литературе используют такие показатели, как коэффициент ввода и коэффициент выбытия основных средств. Нами предложено рассчитывать дополнительно коэффициент обновления основных средств как разность между коэффициентом ввода и коэффициентом выбытия основных средств. Коэффициент обновления основных средств в 2007–2011 гг. свидетельствует о расширенном воспроизводстве основных фондов в филиале. Ввод основных фондов в размере 32% в 2007г. связан с открытием нового цеха по убою и переработке птицы, а в 2009г. – в размере 31% – с введением в эксплуатацию нового участка

по производству кормовой муки, оснащенного современным импортным оборудованием. С 2011г. производится реконструкция цеха убоя и переработки птицы с увеличением производительности до 10 тыс. голов в час, расширение холодильных камер, строительство очистных сооружений.

Износ основных производственных фондов в филиале «Серволюкс Агро» в динамике 2007-2011 гг. составлял не более 36 % (критический уровень 60 %). Фондовооруженность за счет высокого коэффициента обновления в 2011г. возросла по сравнению с 2010г. на 93,2%.

Основным источником финансирования инвестиционных расходов филиала «Серволюкс Агро» являются собственные средства предприятия. Так, в 2011г. Могилевском районе филиалом «Серволюкс Агро» был осуществлен инвестиционный проект по расширению промышленного комплекса по производству мяса цыплят-бройлеров. Введены в эксплуатацию птичники №23 и №24, проведена реконструкция кормосклада и кормоцеха со строительством весовой на производственной площадке в д. Межисетки, введен в эксплуатацию комплекс по выращиванию и откорму бройлеров в районе д. Лежневка.

С вводом в эксплуатацию всех объектов объема производства мяса птицы на предприятии в этом году возрастет до 56 тыс. тонн в год. Это позволит увеличить долю филиала «Серволюкс Агро» на рынке мяса птицы Беларуси с 13 до 16 % и дополнительно создать более 150-и рабочих мест.

Соловьёва Наталья Владимировна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Лазарев Л.П., канд. с.-х. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса

Важность и эффективность внедрения системы менеджмента качества на предприятиях переработки молока

Актуальность. Наступивший век по праву называют веком качества. Только качество может привлечь потребителя и обеспечить получение прибыли для отдельного предприятия на потребительском рынке, который очень насыщен многообразием производимых аналогичных продуктов молочной промышленности от разных производителей.

Большое число переработчиков молока, постоянно растущий ассортимент продукции и относительная ограниченность внутреннего рынка сбыта, обуславливают жесткую конкуренцию производителей.

На сегодняшний день задачами любого эффективно действующего предприятия, в том числе и по переработке молока, является поиск путей повышения конкурентоспособности производимой продукции. При этом необходимо учитывать обеспечение безопасности продукции наряду с высоким качеством и учётом требований потребителей. Это обусловлено тем, что молочная продукция является благоприятной средой для развития как полезной, так и патогенной микрофлоры, вы-

зывающей снижение качеств продукции. При производстве и хранении продукции существуют высокие риски возникновения брака и опасности для здоровья потребителя. Ухудшение вкуса, появление запаха, изменение консистенции делают продукт непривлекательным для покупателя, что приводит к снижению конкурентоспособности товара и нерентабельности производства. Для эффективного решения проблем необходимо использовать потенциал менеджмента путём внедрения систем качества и международных стандартов, опираясь на требования государственного стандарта СТБ ISO 9001-2009. Также при разработке, внедрении, сертификации и улучшении системы качества используются методические материалы по стандартам ISO серии 9000 версии 2008 года, «Концепции создания системы менеджмента организации», «Менеджмент качества». Ведь система менеджмента качества это средство для достижения определённых результатов на рынке. В современных условиях у конкурентов имеются большие возможности, чтобы изучить новый продукт, ставший лидером продаж, и приблизить качество своей продукции к его уровню. При этом преимущество получит то предприятие, которое сможет предложить потребителям приемлемое качество продукции по более низкой цене. Возможность достижения такого результата во многом зависит от наличия на предприятии системы качества, то есть присутствие главного фактора конкурентной борьбы, символа процветания предприятия.

Методика и содержание исследования. Целью исследования является изучение внедрения системы менеджмента качества на предприятии. В процессе исследования были использованы такие методы как монографический, структурного анализа и др. современные методы.

Полученные результаты. В результате для большинства предприятий внедрение систем качества приведёт к значительному повышению пищевой безопасности. Она имеет положительный как внепроизводственный, так и внутрипроизводственный эффект.

Внепроизводственный эффект: доверие потребителей к предприятию, улучшение имиджа предприятия, большая степень доверия финансовых учреждений, реализация требований потребителей на всех процессах предприятия при соблюдении законодательных рамок и соответствующих норм.

Внутрипроизводственный эффект: надёжная организация производственной и информационной структур и производственных процессов, создание внутрипроизводственных механизмов для координации и управления деятельности предприятия, экономия затрат на устранение возникающего брака или предупреждение его, оптимизация процессов на основе регулярного анализа функционирования системы менеджмента качества, сохранение имеющихся «ноу-хау» даже при незапланированных событиях (например, смена персонала), создание эффективных систем для надёжной корректировки допускаемых ошибок и их предупреждению.

Разработка, внедрение и сертификация систем качества даёт предприятиям следующие преимущества:

- улучшение менеджмента предприятия;
- превращение концепции качества в философию управления;
- эффективный подбор кадров и воспитание у персонала предприятий более осознанного отношения к обеспечению качества;
- наличие персонала всех уровней, обученного методам управления качеством,
- рост производительности труда за счёт снижения непроизводительных затрат;
- повышение темпов внедрения усовершенствований (например, продукции, технологий производства и пр.);
- обеспечение качества и безопасности продукции;
- удержание уже имеющихся потребителей, завоевание доверия новых;
- выход на зарубежные рынки;
- снижение издержек и как следствие уменьшение оптовых и розничных цен;
- рост объёма продаж, соответственно прибыли;
- повышение престижа предприятия, снижение предпринимательских рисков;
- уменьшение количества рекламаций;
- получение маркетинговых преимуществ;
- увеличение доли предприятия на рынке.

Внедрение системы менеджмента качества на предприятии позволяет сделать прозрачными и управляемыми все процессы деятельности предприятия. Что подтверждается выданным сертификатом соответствия, являющимся гарантированным свидетельством того, что предприятие имеет возможность и способно выпускать качественную продукцию. Наличие данного сертификата даёт преимущество перед конкурентами, и становится важным инструментом маркетинга, особенно при использовании в рекламных целях.

Системы менеджмента качества содействуют предприятиям в повышении удовлетворенности потребителей и становятся социальной необходимостью. Кроме этого, она даёт уверенность самой организации в ее способности поставлять продукцию, полностью соответствующую потребительским требованиям и может быть основой постоянного повышения удовлетворенности, как потребителей, так и других заинтересованных сторон.

Таким образом, менеджмент качества обеспечивает конкурентоспособность товара, устанавливает качественный уровень продукции и безопасность товара. А повышение качества, в свою очередь, способствует росту эффективности производства продукции и увеличению доли рынка.

Туровец Екатерина Сергеевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Тимаев А.А., канд. экон. наук, доцент каф. агробизнеса

Управление качеством продукции предприятий АПК

Актуальность. В настоящее время обеспечение производства качественного и безопасного продовольствия является приоритетным направлением государственной политики и стратегической задачей социально-экономического развития республики. Система качества и безопасности сельскохозяйственного сырья и продукции выступает важнейшим элементом, гарантирующим производство конкурентоспособных продуктов питания, обеспечивающим продовольственную безопасность Беларуси.

Методика и содержание исследования. Цель – изучение теоретических основ управления качеством продукции организаций АПК. Объект – система сертификации. Предмет – качество продукции. Методы – синтез, анализ, монографический. Проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности. Качество – комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности: разработка стратегии, организация производства, маркетинг и др. Современная рыночная экономика предъявляет принципиально новые требования к качеству выпускаемой продукции. Это связано с тем, что сейчас выживаемость любой фирмы, ее устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяется уровнем конкурентоспособности. В свою очередь, конкурентоспособность связана с действием нескольких десятков факторов, среди которых можно выделить два основных – уровень цены и качество продукции. Причем второй фактор постепенно выходит на первое место.

Основными международными системами качества являются: ИСО 9004; TQS; TQM; ИСО 14000; ИСО 9000; ХАССП.

Система управления качеством продукции представляет собой совокупность управленческих органов и объектов управления, мероприятий, методов и средств, направленных на установление, обеспечение и поддержание высокого уровня качества продукции. Система управления качеством продукции включает следующие функции: стратегического, тактического и оперативного управления; принятия решений, управляющих воздействий, анализа и учета, информационно-контрольные; специализированные и общие для всех стадий жизненного цикла продукции; управления по научно-техническим, производственным, экономическим и социальным факторам и условиям.

В соответствии со стандартами ИСО жизненный цикл продукции обозначается как петля качества. С помощью петли качества осуществляется взаимосвязь изготовителя продукции с потребителем, со всей системой, обеспечивающей решение задачи управления качеством продукции.

В настоящее время можно выделить две характерные тенденции в развитии современных подходов к управлению производством и, соответственно, управлению качеством продукции, которые стали отчетливо проявляться с середины 20 века: первая – это ориентация на потребителя, учет его требований и запросов; а вторая – учет «человеческого фактора», гуманизация процесса производства. Первая тенденция отражает современные требования рынка, усиление конкуренции между предприятиями, вторая – связана с изменением трудовых отношений людей на предприятии, в первую очередь, между работодателями и наемными работниками.

Таким образом, обеспечение качества продукции – это совокупность планируемых и систематически проводимых мероприятий, создающих необходимые условия для выполнения каждого этапа «петли качества», чтобы продукция удовлетворяла требованиям к качеству.

Сертификация услуг и сертификация продукции – это форма подтверждения соответствия продукции (товара), технологических процессов, оказываемых услуг, системы управления качеством, профессиональной компетентности персонала и др. требованиям стандартов качества. Сертификация продукции и сертификация услуг выдвигают ряд требований, главными из которых являются обеспечение безопасности продукции для жизни, здоровья и имущества населения, а также охраны окружающей среды; подтверждение соответствия показателей качества продукции, заявленной изготовителем или продавцом, требованиям действующих законодательных актов и стандартов; создание условий для участия изготовителей и продавцов продукции в международной торговле и повышения конкурентоспособности продукции; защита рынка Республики Беларусь от некачественной и небезопасной импортной продукции.

Полученные результаты. От уровня качества изделий зависит, прежде всего, их конкурентоспособность, а значит и все конечные результаты деятельности предприятия изготовителя. Кроме того, качество продукции определяет темпы научно-технического процесса в отраслях использующих ее, и в конечном итоге – уровень удовлетворения потребностей народного хозяйства и населения.

Чечко Лидия Михайловна, студент 2 курса, экономический факультет, Гродненский государственный аграрный университет

Научный руководитель – Руденко Е.В., канд. с.-х. наук, доцент, доцент каф. экономической теории

Анализ эффективности производства молока на отдельных предприятиях Гродненской области

Актуальность. Важной составляющей агропромышленного комплекса страны является молочный подкомплекс. В него входят сельскохозяйственные организации, крестьянские (фермерские) и личные подсобные хозяйства, молочные заводы, цеха первичной переработки

молока, предприятия розничной торговли и общественного питания, частные фирмы.

От состояния и экономической эффективности молочного подкомплекса зависит уровень продовольственного обеспечения и благосостояния народа.

Одной из задач сельскохозяйственных предприятий является получение высококачественного надоя молока с наименьшими затратами, экономией трудовых, материальных и финансовых ресурсов, что повлияет на снижения себестоимости продукции, соответственно, увеличение прибыли и рентабельности производства. Поэтому актуальной проблемой в настоящее время является проблема дальнейшего повышения уровня эффективности отрасли. Одним из основных показателей экономической эффективности сельскохозяйственного производства является показатель себестоимости.

Методика и содержание исследования. Рассмотрим эффективность производства молока в хозяйствах Гродненской области. Основным методом исследования - статистическая группировка, группировочный признак – себестоимость 1 т молока, тыс. руб.

Для проведения статистического анализа методом группировки, проанализируем 20 хозяйств Гродненского, Щучинского и Волковысского районов за 2011 год. Построим базу исходных данных по показателям. В данную таблицу были включены следующие показатели: среднесуточный удой молока (кг), трудоемкость (чел.-ч/т), валовой надой (т), себестоимость 1 т продукции (тыс. руб.), производственные затраты (млн. руб.), прибыль от реализации молока (млн. руб.), уровень рентабельности (%).

Проанализировав полученные данные, приходим к выводу, что целесообразнее разбить совокупность на 3 группы (таблица 1).

Таблица 1 - Группировка хозяйств Гродненского, Щучинского, Волковысского районов по себестоимости 1 т молока

Показатели	1 группа	2 группа	3 группа
Количество хозяйств в группе	10	7	3
Интервал, тыс. руб.	917-1131	1131-1343	1343-1555
Средняя себестоимость 1 т молока, тыс. руб.	1090	1245	1482
Средние затраты труда на 1 т молока, чел.-ч/т	13,6	24,6	42,2
Средняя прибыль в расчете на 100 руб. затрат, млн. руб.	70,5	32,2	24,6
Среднегодовой удой, кг	6652	5668	3862
Средний уровень рентабельности, %	85,7	44,2	16,3

В первую группу войдут хозяйства с наименьшей себестоимостью, а в третью – с наибольшей. В первую группу вошло 10 хозяйств с наименьшей себестоимостью 1 т молока, в среднем по группе себестои-

мость составила 1090 тыс. руб./т. Во вторую группу вошло 7 хозяйств со средней себестоимостью 1 т молока 1245 тыс. руб., что на 155 тыс. руб. больше, чем в первой группе. В третьей группе 3 хозяйства, со средней себестоимостью 1 т молока 1482 тыс. руб./т. В данной группе средняя себестоимость 1 т молока самая высокая. Разница в себестоимости между первой и третьей группой составляет 392 тыс. руб./т.

Полученные результаты. Группировка хозяйств по себестоимости единицы продукции выявила следующую тенденцию: при росте уровня себестоимости производства 1 т. продукции, уровень рентабельности снижается. Это говорит о влиянии ряда факторов, ставших объективной причиной такого состояния производства молока. К ним можно отнести снижение уровня кормления животных, несоблюдение санитарных норм, также определённую роль играют и природно-климатические условия. Данную зависимость можно проследить на графике (см. рисунок 1).

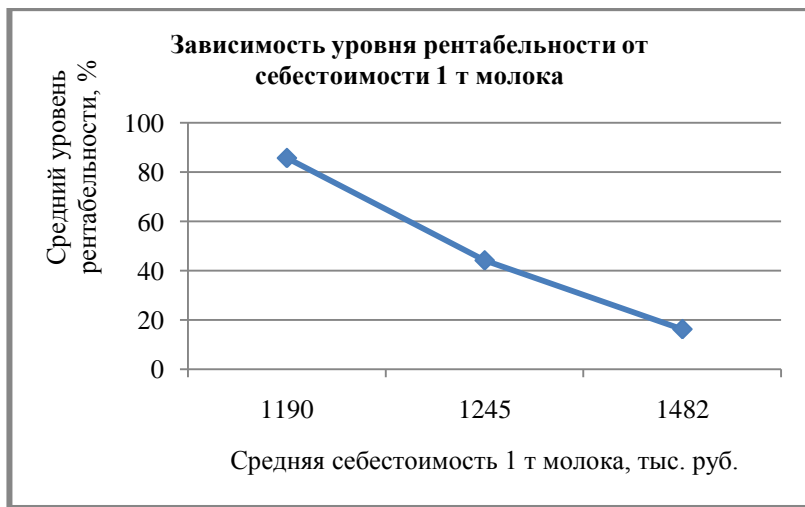


Рисунок 1 – Зависимость уровня рентабельности от себестоимости 1 т молока

Таким образом, можно сделать заключение, что с ростом себестоимости снижается уровень рентабельности производства 1 т молока, что негативно сказывается на финансовом состоянии предприятия. В связи с вышеизложенным можно наметить следующие пути снижения себестоимости производства молока:

- осуществление режима экономии производственных затрат;
- повышение продуктивности скотоводства;
- создание прочной кормовой базы;

оптимальное сочетание структуры посевных площадей с численностью поголовья скота;

- совершенствование организации оплаты труда;
- полноценное ветеринарное обслуживание животных и снижение падежа;

совершенствование размещения и специализации животноводства;
поиск более выгодных каналов реализации продукции;
совершенствование организации воспроизводства стада.

Шушилакова Ольга Валентиновна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Васильев В.В., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса

Особенности системы сбыта овощной продукции в Республике Беларусь

Актуальность. Современный сбыт характеризуется появлением новых рыночных каналов. От того, насколько правильно и обосновано, выбраны каналы реализации продукции зависят конечные результаты работы предприятия. Усиление конкурентной борьбы на рынке овощной продукции вызывает необходимость анализа существующих и поиска новых перспективных каналов сбыта сельскохозяйственной продукции.

Методика и содержание исследования. Цель исследования – выявить основные каналы сбыта овощной продукции. Метод исследования – экономико-статистический. Исследования показали, что в Беларуси выращивается около 60 видов овощных культур. Овощи производятся в 1100 сельскохозяйственных организациях (из них 120 специализированных) и на 2,8 млн. приусадебных и дачных участках. Посевные площади стабилизировались на уровне 90 тыс. га, в том числе в сельскохозяйственных организациях – 17 тыс. га. Доля частного сектора в производстве овощной продукции составляет около 86%.

Объемы производства овощей в Республике Беларусь: Брестская область в 2010 г. – 8640т, в 2011г. – 8700т; Витебская в 2010 г. – 3865т, в 2011 г. – 3900т; Гомельская в 2010 г. - 7230т, в 2011 г. – 7260т; Гродненская в 2010 г. – 4195т, в 2011 г. – 4230 т; Минская в 2010 г. – 8680 т, в 2011 г. – 8760 т; Могилевская в 2010 г. - 5580 т, в 2011 г. – 5595 т.

Производство овощей в Республике Беларусь в 2000 г. составляло 138 кг на душу населения, в 2003 г. – 203 кг, в 2008 г. – 237 кг, в 2010 г. – 246 кг. Рост производства овощей в последние годы сопровождается значительным увеличением потребления их на душу населения. Если в 2000 г. в расчете на одного человека в год приходилось 93 кг, то в 2003 – 107 кг, в 2008 г. – 144 кг, в 2010 г. – 149 кг овощей и бахчевых, при рекомендуемой медицинской норме 124 кг. За 2010 г. общие объемы экспорта овощей увеличились на 18,2 млн. долл. (45%), импорта – на 17.4 млн. долл. (59,5%) по отношению к 2011 г.

Овощи являются специфическим товаром (скоропортящийся, с продолжительным периодом уборки). Массовая уборка проходит за 1,5-2 месяца, главным образом в сентябре – октябре. Данное обстоятельство вынуждает иметь значительные мощности по хранению сырья. Причем, если не применяются современные технологии хранения, происходят большие потери продукции. Овощи, как никакой другой вид растениеводческой продукции требует четкого и надежного сбыта. В настоящее время, в условиях рынка, функция реализации овощей становится приоритетной перед функцией их производства.

Существующие перерабатывающие мощности рассчитаны в основном на поставку сырья от крупных специализированных сельхозпредприятий. Наибольший объем производства овощей (86%) сосредоточен в частном секторе. Хотя население выращивает овощную продукцию в большей степени для личного потребления, значительные ее объемы, особенно в урожайные годы, не используются вообще либо идут на корм скоту. Перерабатывающие предприятия в связи с недостатком мощностей по хранению и денежных средств не в состоянии обеспечить закупку излишков продукции у населения.

Полученные результаты. Значительную часть продукции сельскохозяйственные организации продают по прямым связям в торговую сеть и предприятиям общественного питания, а также своим работникам.

Наиболее перспективными каналами реализации овощной продукции являются те, где в качестве партнера выступает крупный оптовый покупатель (заготовительные организации, осуществляющие закупку сельскохозяйственной продукции для государственных нужд, предприятия по ее переработке, местные оптовые рынки, а также другие сельскохозяйственные предприятия в рамках межхозяйственной специализации и кооперации).

В целях надежного обеспечения перерабатывающих предприятий овощным сырьем в необходимых объемах и ассортименте, а также гарантированного сбыта произведенных овощей сельскохозяйственными организациями необходимо сформировать постоянные сырьевые зоны при перерабатывающих предприятиях с общим объемом поставки не менее 38 тыс. тонн.

*Яскевич Алина Юрьевна, студент 2 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Тимаев А.А., канд. экон. наук, доцент каф. агробизнеса*

Коммерческая деятельность по управлению розничным товарооборотом и прибылью торговой организации

Актуальность. Переход предприятий торговли на рыночную концепцию развития изменил оценку их целевой функции, что отразилось на системе экономических показателей. Прежде всего, это относится к показателю розничного товарооборота.

Главной целью торговых предприятий в настоящее время является получение максимальной прибыли, а товарооборот выступает как важнейшее и необходимое условие, без которого не может быть достигнута эта цель. Поскольку торговое предприятие получает определенную сумму дохода с каждого рубля реализуемых товаров, то задача максимизации прибыли вызывает необходимость постоянного увеличения объема товарооборота как основного фактора роста доходов и прибыли. В этом заключается значимость розничного товарооборота. Таким образом, актуальность темы работы вызвана необходимостью тщательного анализа показателя товарооборота и его влияния на эффективность деятельности предприятий.

Методика и содержание исследования. Цель исследования - обобщение теоретических исследований в области анализа показателей товарооборота. Оборот розничной торговли относится к числу важнейших показателей в экономике. Он отражает экономические и социально-экономические процессы, происходящие в жизни страны. Розничный товарооборот тесно связан со многими показателями развития народного хозяйства, с государственным бюджетом, денежным обращением. Оборот розничной торговли – сложный и многогранный показатель. Он характеризует объем товарной массы, перешедшей из сферы товарного обращения в сферу личного потребления. Уровень и качество планирования оборота розничной торговли определяются следующими важнейшими условиями: компетентностью руководства организации на всех уровнях управления, квалификацией специалистов, работающих в функциональных подразделениях, наличием информационной базы и обеспеченностью компьютерной техникой.

Планирование оборота розничной торговли предполагает обоснованный выбор целей, определение политики, разработку мер и мероприятий, методы достижения целей, обеспечение основы для принятия последующих долгосрочных решений. Планирование заканчивается перед началом действий по реализации плана.

Полученные результаты. Изучение теоретических вопросов розничного товарооборота свидетельствует о том, что его роль в деятельности торговых предприятий чрезвычайно высока. Розничный товарооборот может быть применен для характеристики использования ресурсов предприятия и общей суммы затрат на реализацию товаров. Поскольку товарооборот является показателем, отражающим важнейший конечный результат хозяйственной деятельности торгового предприятия, то его сопоставление с величиной затраченных ресурсов дает представление об эффективности их использования.

КАФЕДРА ИСТОРИИ И КУЛЬТУРОЛОГИИ

СЕКЦИЯ

№11 «Историко-культурные аспекты развития сельских территорий»

*Алексенко Анжелика Александровна, студент 3 курса, финансово экономической факультет, Саратовский государственный аграрный университет имени Н. Вавилова
Научный руководитель – Исаева Т.А., ассистент каф. финансов и кредита*

Факторы устойчивого развития сельских территорий России

Актуальность. Устойчивое развитие сельских территорий является важнейшим фактором повышения качества жизни населения, оно заключается в удовлетворении жизненных потребностей нынешнего поколения сельских жителей и сохранении села на том уровне, чтобы будущие поколения не были лишены такой возможности из-за истощения социально-экономического и природного потенциалов местности. Как показывает российская действительность, с 1990 года в стране закрыто 23 тыс. населенных пунктов, наблюдается отток из села молодежи и истощение потенциала. Однако в истории России и некоторых стран мира наблюдались подобные ситуации, что позволяет выделить те социально-экономические реформы и факторы, которые помогли органам власти не только возродить сёла, но и обеспечить их устойчивое развитие. Изучение возможности применения данного опыта обусловило необходимость проведения исследования.

Методика и содержание исследования. Исследование заключается в выявлении основных факторов устойчивого развития сельских территорий России на современном этапе. Первоначально проводится сопоставление исторических фактов социальной политики государства и деятельности сельскохозяйственных организаций в российских сёлах. Выделенные особенности успешных социально-экономических мероприятий сравниваются с результатами анализа факторов повышения устойчивости развития сельских территорий ряда стран.

Полученные результаты. Особенность устойчивого развития сельских территорий России заключается в том, что основными факторами повышения устойчивости являются планируемые органами го-

сударственной власти социально-экономические уступки сельскохозяйственным товаропроизводителям, направленные на достижение определённых целевых показателей, в конечном счёте решающих проблемы сельских жителей и страны в целом. Как показало исследование, первые социально-экономические реформы в сельских территориях России были проведены Екатериной II (1763 – 1819 гг.). Её политика стимулирования немцев-колонистов ставила целью освоение целинных земель и ввоз новых промышленных и сельскохозяйственных технологий. Всего за 20 лет цель была достигнута: налоговые льготы и предоставленная свобода вероисповедания одновременно с немецкими обычаями ведения хозяйства позволили построить образцовые сёла, более социально развитые, чем территории, где проживали русские жители, не получавшие на тот момент преференции от государства.

Социально-экономические реформы, направленные на поддержку русского сельского населения и их хозяйств появились только в период реформ П. А. Столыпина (1906 – 1914 гг.) и были направлены на освоение земель Сибири безземельными и бунтующими крестьянами. Предоставление последним минимальных средств для организации хозяйства, в некоторых территориях вело к развитию кооперации, высоким объёмам производства продукции сельского хозяйства, развитию льготного кредитования при покупке новой техники.

В 60–80-е гг. XX века произошло смещение обязанности финансирования социальной сферы села с государства на сельскохозяйственные предприятия, их союзы, кооперативы, колхозы. Это привело к образованию сёлообразующих предприятий, обустривающих территории таким образом, чтобы работникам стало наиболее удобно жить и трудиться и вело к повышению производительности труда.

Таким образом, произошла эволюция источников финансирования социально-экономического развития сельских территорий. Можно говорить и об устойчивом развитии, поскольку накопленный за каждый из описанных периодов реформ стимулирования развития сельского хозяйства потенциал помогал селу выжить в самые тяжёлые для страны времена. Современная политика финансирования территориально-развития законодательно закрепляет за собой цель устойчивого развития, ставит задачи в области решения проблем социальной и инженерной инфраструктуры села. Согласно действующему законодательству, финансирование социальной инфраструктуры территории и решение социальных проблем находится в ведении местных органов власти. Однако растёт число сёл (только по Саратовской области их насчитывается уже 4 – Сосновка, Куриловка, Синенькое, Идолга), в которых наиболее эффективна социальная политика именно аграрных формирований. Фермеры, сельскохозяйственные организации, кооперативы и объединения личных подсобных хозяйств, проводят жителям, своим работникам воду, газ, телефон, строят дороги, получая взамен производительный труд и поддержку местных органов власти при получении субсидий для производства.

Целесообразно говорить о возвращении к эволюционно наметившейся практике наиболее эффективного способа перехода сельских территорий к устойчивому развитию – стимулированию государством социальной активности аграрных формирований.

Данный вывод доказывают результаты проведённого автором исследования причин перехода стран Западной Европы, Японии, КНР, Израиля к политике устойчивого развития сельских территорий. Удалось выделить общие условия, при выполнении которых в описанных странах были достигнуты значительные успехи (таблица 1).

Таблица 1 – Возможности применения в России положительного опыта стран, перешедших к устойчивому развитию сельских территорий

Критерий	Наличие в ...				Особенности представления в России
	КНР	Западной Европе	Израиле	Японии	
Ведущая роль агроформирований в социально-экономическом развитии села	+	+	+	+	возможно при наличии стимулов от государства
Переориентация села на несельскохозяйственные виды деятельности	+	–	+	+	отсутствует
Эволюционный ход аграрной реформы	+	+	+	+	возможен

Таким образом, основополагающими факторами устойчивого развития сельских территорий, обращение внимания на которые в России становится актуальным, можно считать: признание значительной роли агроформирований в социально-экономическом развитии села; обязательное стимулирование органами власти социальных инициатив предпринимателей; использование несельскохозяйственных производств для получения дополнительных доходов, учёт необходимости поступательного, эволюционного развития.

*Кашкан Дарья Викторовна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
Научный руководитель – Каданчик Г.Е., канд. философ. наук, доцент, доцент каф. истории и культурологии*

Становление белорусского агроэкотуризма и его организационно-правовое обеспечение

Актуальность. Агроэкотуризм как вид деятельности относительно недавно получил распространение в Республике Беларусь. Он ориентирован на использование сельскохозяйственной, природной, истори-

ко-культурной специфики сельских регионов нашей страны и рассматривается, как важная составляющая национальной экономики. К позитивным факторам его успешного продвижения на внутреннем и внешнем туристических рынках специалисты относят: толерантность белорусов, наличие привлекательных сельских ландшафтов, сохранность этнических особенностей и раритетных элементов материальной культуры и быта белорусской деревни. Кроме того в ряде сельских территорий Беларуси сохранились и последнее время активно развиваются народные промыслы. На необходимость дальнейшей работы по возрождению и популяризации традиционных ремесел обратил внимание в своем очередном Послании белорусскому народу и Парламенту Президент страны А.Г. Лукашенко.

Методика и содержание исследования. На Беларуси агроэкотуризм как социально-ориентированный вид деятельности, способствующий развитию сельских территорий, имеет все объективные предпосылки для своего успешного развития. В последнее время специалисты в области агротуризма анализируют имеющиеся наработки и определяются в выборе наиболее перспективного направления его развития. На сегодняшний день за рубежом имеется достаточно большое разнообразие моделей агроэкотуризма. Для многих стран сельский туризм за последние два десятилетия стал высокодоходным сектором экономики и имеет вполне обоснованные дальнейшие перспективы функционирования. Так, сельский туризм в Европе приносит по разным данным от 10% до 20% доходов туристической индустрии и обеспечивает доход, равный внутреннему валовому продукту такого государства как Венгрия.

К сожалению, в Беларуси агроэкотуризм по сравнению с соседними европейскими государствами еще недостаточно распространен и пока не входит в число значимых секторов национальной экономики. Международная практика развития агроэкотуризма показывает, что успешность его развития зависит от ряда факторов, в первую очередь от государственной поддержки. В последние годы у нас в стране проводится большая работа по организационно-правовому обеспечению туристической деятельности. Региональная туристическая политика в Республике Беларусь направлена на создание в регионах страны развитой туристической индустрии, способной производить и реализовывать качественный, конкурентоспособный комплекс агротуристических услуг. Важную роль должна сыграть реализация:

- Государственной программы социально-экономического развития и комплексного использования природных ресурсов Припятского Полесья на 2010–2015 годы;
- Государственной программы развития курортной зоны Нарочанского региона на 2011–2015 годы;
- Государственной программы развития белорусской части Августовского канала;

- Государственной программы развития особо охраняемых природных территорий на 2008–2014 годы;
- Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 годы.

В настоящее время законодательство в области туризма в нашей стране строится на нормах и принципах международного права. Дальнейшее развитие нормативной правовой базы по правовому обеспечению развития туризма предполагает актуализацию действующего законодательства и разработку новых нормативных актов, направленных на развитие въездного туризма и государственную поддержку внутреннего туризма. В целях реализации Директивы Президента Республики Беларусь от 31. 12. 2010 г. №4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь» планируется внести изменения и дополнения в Указ Президента Республики Беларусь от 02. 06. 2006 г. №371 «О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь». Они предусматривают предоставление льгот субъектам хозяйствования, занимающихся строительством и реконструкцией объектов туристической индустрии. В практику работы будет включено обязательное общественное обсуждение проектов актов законодательства с субъектами туристической деятельности и их объединениями.

Полученные результаты. Таким образом, анализируя и обобщая опыт становления сельского туризма, можно отметить, что в Беларуси создано необходимое организационно-правовое обеспечение для увеличения доли агроэкотуризма в валовом внутреннем продукте, а реализация комплекса мероприятий Государственной Программы на 2011–2015 гг. сделает его доходной составляющей экономики страны.

Колеснёв Иван Викторович, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Каданчик Г.Е., канд. философ. наук, доцент, доцент каф. истории и культурологии

Формирование и становление маркетинга агротуристических услуг – необходимое условие успешного развития отечественного туризма

Актуальность. В различных странах туризм сегодня становится важной сферой деятельности и оказывает благотворное влияние на развитие других секторов экономики, включая гостиничную отрасль, транспорт и коммуникации, сельское хозяйство и др. Развитие туризма, увеличение его доли в валовом внутреннем продукте, занятости населения, инвестициях, доходах бюджета являются актуальными и для экономики Республики Беларусь. Важная роль принадлежит и агроэкотуризму, который выделился в отдельную отрасль и приносит значительные доходы многим государствам [3].

Развитие сельского туризма перспективно для Беларуси. Во-первых, это возможность увеличить долю услуг в производстве АПК, во-вторых, улучшить сальдо платёжного баланса за счёт превращения агротуристических услуг в экспортный продукт. С целью формирования конкурентоспособного рынка агротуристических услуг в рамках Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011 – 2015 годы предполагается разработка эффективной стратегии по продвижению отечественных туров. Для поставленных целей необходимо формирование и становление маркетинга агротуристического продукта.

Методика и содержание исследования. Программа маркетинга агротуристических услуг должна быть направлена на реализацию комплекса мероприятий по формированию, продвижению и позитивному развитию привлекательного для туризма образа Республики Беларусь [1]. Для решения этой задачи необходимо приложить значительные усилия по совершенствованию информационной базы. Следует отметить, что уже создан банк данных по основным агроусадьбам Беларуси. Кроме того разработаны буклеты, проспекты, визитные карточки и другие виды печатной рекламы [2]. Однако в рамках реализации программы необходимо повышение роли Интернет-технологий в продвижении агротуристических услуг. Намечается развитие сети туристических информационных центров как основы подключения к единой мировой туристической услугопроводящей сети.

Одной из приоритетных задач является проведение маркетинговых мероприятий по привлечению инвестиций в туристическую индустрию, в т.ч. для строительства объектов придорожного сервиса, развития «зеленых» маршрутов в деревне, сельского туризма. При этом эффективность реализации поставленных задач будет в значительной мере зависеть от уровня подготовки, умения, профессионализма специалистов, занятых в сфере маркетингового продвижения агротуристического продукта. При формировании кадрового потенциала предстоит особое внимание уделять изучению иностранных языков, информационных и инновационных технологий. Следует обеспечить информационную доступность международной статистики, передовых, научных разработок, учебной литературы и другой информации.

Развитие познавательного, оздоровительного, экологического, аграрного и других видов туризма тесно связано с формированием маркетинговых мероприятий по популяризации туров в малых городах и особо охраняемых природных территориях. В этом отношении весьма важно охватить весь комплекс маркетинга в сфере услуг, где необходимо сделать акцент на аутентичность (условия жизни, натуральная пища, местные традиции и народный фольклор), что позволит приобщать к национальной культуре и обычаям.

Полученные результаты. Таким образом, реализация государственной программы на 2011 – 2015 гг. позволяет при оптимальном маркетинге стимулировать развитие сферы услуг, благоустройства насе-

лённых пунктов, производства сувенирной продукции и создать условия рационального использования объектов историко-культурного и природного наследия нашей страны. Вместе с тем, на сегодняшний день для формирования конкурентоспособного туристического рынка усилий по развитию только туристической индустрии недостаточно. Необходима реализация комплекса маркетинговых мероприятий, который позволит сделать въездной и внутренний экоагротуризм доходной составляющей экономики Республики Беларусь.

Кривошеева Анна Юрьевна, студент I курса, факультет агроэкологический, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Гусарова Г.А., канд. истор. наук, доцент, доцент каф. истории и культурологии

Страницы истории деревни Тереховка

Актуальность. Як вялікая рака бярэ пачатак з маленькіх крыніц, так і любоў да Радзімы і народа пачынаецца з ведаў аб роднай гісторыі і культуры, з цікавасці да людзей і іх працы, з клопату пра бацькоў і інш. Малая радзіма – гэта месца нараджэння і станаўлення чалавека як асобы, гэта родная вёска, родная хата...

Методика и содержание исследования. Па легендзе, першым насельнікам Церахоўкі быў уцякач з Масковіі старавер Прысека. У 1871 г. была закончана пракладка другога ўчастка Любава – Роменскай чыгункі, які злучыў Гомель з Церахоўкай. Сёння Церахоўка – гарадскі пасёлак і чыгуначная станцыя (па лініі Гомель – Чарнігаў), за 30 км на паўднёвы ўсход ад Добруша, 40 км (па чыгунцы) ад Гомеля.

У аснове архітэктуры гарпасёлка – неаготыка або псеўдаготыка – накірунак у архітэктуры XVIII – XIX стст., які адраджае формы і канструктыўныя асаблівасці сярэднявечнай готыкі. Неаготыка была прызнаная за ўзорны стыль для будаўніцтва каталіцкіх і пратэстанцкіх цэркваў, а таксама для буйных грамадскіх збудаванняў, загарадных дамоў на Гомельшчыне.

Асноўная кампазіцыйная вось гарадскога пасёлка – вуліца Савецкая (тут размешчаны будынкi Дома культуры, універмага, сталовай, магазінаў, рынку з гандлёвым павільёнам). У паўднёвай частцы вуліцы – прывакзальная плошча с каапераваным будынкам чыгуначнага вакзала і аўтастанцыі. На вуліцы Леніна знаходзяцца асноўныя напрамкі ў гарадскі пасёлак з боку Гомеля і Добруша, будынкi сярэдняй школы, бальніцы. У паўднёва-ўсходняй частцы гарпасёлка – цэнтральная сядзіба калгаса «Чырвоны Кастрычнік». На скрыжаванні вуліц Савецкая і Леніна знаходзіцца цэнтральная плошча са скверам. У завулку Савецкім, які прылягае да вуліцы Савецкай, будынак выканкама пассавета.

Церахоўка ганарыцца сваімі жыхарамі, якія стваралі яе гісторыю, прымалі актыўны ўдзел у падзеях Кастрычніцкай рэвалюцыі і грамадзянскай вайны. У 1905–1907 гг. сялянскі аграрны рух быў

накіраваны ў асноўным супраць мясцовых памешчыкаў – арандатараў Дуброўскага, Шынберга і Зэфельда. Даніла Мікалаевіч Старасценка з’яўляўся салдатам 1-га зводнага чырвонагвардзейскага атрада імя У.І. Леніна, асабіста сустрэкаўся з Леніным, прымаў удзел у падаў-ленні кранштадскага мяцяжу, ваяваў на франтах грамадзянскай вайны.

Не абыйшла маю роднаю вёску і Вялікая Айчынная вайна. На ўсіх франтах ны змагаліся з ворагамі нашы землякі: Гардзін М.А., Глушакоў М.Р., Капярцеаў І.В., Кончычаў М.Дз., Лябедка П.І. і інш. Удзячныя жыхары Церахоўкі помняць сваіх землякоў і таму, на вуліцы Леніна, каля будынка праўлення калгаса «Чырвоны Кастрычнік» стаіць помнік ушанавання памяці 259 землякоў, якія загінулі ў Вялікую Айчынную вайну і помнік настаўнікам і вучням мясцовай школы, што не вярнуліся з вайны.

Была ў гісторыі вёскі і трагічная падзея, якая да гэтага часу яшчэ не азначана. У канцы верасня 1941 года ў Церахоўцы фашысты арыштавалі 60 чалавек цыган і яўрэяў. Сярод іх 20 мужчын ва ўзросце ад 14 да 55 гадоў, 16 жанчын – ад 16 да 50 гадоў і 24 дзяцей. Расстрэл адбыўся ў сасняку поблізу млын-камбіната. Паліцаі групамі падводзілі арыштаваных да глыбокай ямы, а чатыры немцы ў маскіровачных халатах расстрэльвалі людзей. Медыцынская экспертыза Надзвычайнай камісіі, праведзеная 12–13 студзеня 1944 г., выявіла ў большасці тупаў «пулевые раны в области черепа», пры гэтым «у 10 детей телесных повреждений нет, что свидетельствует о том, что эти дети были брошены в яму живыми...». На жаль, гэта трагічная падзея не знайшла належнага ўвасаблення на тэрыторыі вёскі Церахоўкі. Сёння на ўсходзе гарпасёлка Церахоўка за льнозаводам на голым балоцістым месцы адзінока стаіць высокі металічны крыж. І вее ад гэтага крыжа нейкім смуткам, сіратлівасцю. Няма тут ні зробленага рукамі людскімі пагорачка, ні агароджы, ні тым больш таблічкі з прозвішчамі расстраляных. Добра, што хоць знайшліся нечыя добрыя рукі, што адзначылі месца страшнай трагедыі. Думаецца, каб зберагчы на нашай планеце трывала мір, каб не паўтарыліся крывавыя забойствы і разбурэнні, патрэбна пастаянна памятаць аб тым, што адбывалася. Забыццё, беспамяцтва непазбежна прыводзяць да адраджэння фашызму, эскалацыі яго найбольш агрэсіўнай формы – тэрарызму.

Полученные результаты. Сёння вёска Церахоўка з упэўненасцю глядзіць ў будучыню. Асноўныя напрамкі сацыяльнай палітыкі, развіцця медыцыны, адукацыі, культуры і інш. вызначаны ў перспектывных планах гарпасёлка. Сярод іх – тэхнічнае пераўзбраенне філіяла ААТ «Гомельлён» Церахоўскі льнозавод, будаўніцтва 20-кватэрнага жыллага дома, развіццё і ўмацаванне матэрыяльна-тэхнічнай базы ўстаноў адукацыі, аховы здароўя, добраўпарадкаванне вуліц, пашырэнне гандлёвай сеткі, стварэнне цэха па апрацоўцы драўніны і інш.

Малей Татьяна Михайловна, студент 1 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Глушакова Н.А., канд. истор. наук, доцент, декан факультета бизнеса и права

Исторический и этнокультурный потенциал развития агроэко-туризма в Беларуси (по материалам Верхнедвинского района Витебской области)

Актуальность. Одной из особенностей XXI века, наряду с глобализацией, бурным развитием науки, информационных технологий и переходом к информационному обществу является рост популярности идей охраны окружающей среды. За последние два десятилетия эти идеи охватили и сферу туризма, следствием чего стал динамичный рост т. н. «зеленых путешествий» в сельской местности, доля которых в мировом туристическом потоке уже превысила 10%. Научные исследования этого феномена свидетельствуют о том, что сельский туризм способен обеспечить экономическую и демографическую стабильность в сельской местности, содействовать решению социально-экономических проблем села, стать весомым фактором перспективно-го развития сельских территорий. Изучение данной проблемы невозможно без регионального анализа, местного исторического опыта, представляющего подлинный научный концентрат общего и особенного.

Методика и содержание исследования. Остановимся на опыте по развитию агроэкотуризма Верхнедвинского района Витебской области. Цель работы – исследование и разработка предложений по возможностям использования историко-культурного наследия региона в возрождении села и развитии агроэкотуризма.

Верхнедвинск – город на стыке двух рек и трех стран, город, переживший за свою почти семисотлетнюю историю множество войн, но, тем не менее, выстоявший. Существует множество причин, по которым стоит посетить Верхнедвинск. Кого-то привлечет интересная история города и его достопримечательности, кого-то – живописные пейзажи и возможность отдохнуть и порыбачить на берегах Дриссы или Западной Двины.

Первое летописное упоминание о Верхнедвинске относится к 1386 г. Наиболее интересными верхнедвинскими достопримечательностями являются: костел Рождества Девы Марии (середина XIX в.), церковь святого Николая (1819 г.), обелиск в честь героев Отечественной войны 1812 г. и понтонный мост через Западную Двину [3]. Сегодня в городе проживает около 8 тысяч жителей. В последние выходные мая здесь проходит ежегодный Республиканский фестиваль детского творчества «Двина – Дзвіна – Даугава». В дни проведения фестиваля в город съезжаются гости из России, Латвии, Литвы, Эстонии и Польши. В районе действуют 10 агроэкоусадб, разработано 30 туристических маршрутов – пешеходных, водных, конных, лыжных, велосипедных, автомобильных. Наиболее интересные историко-культурные объекты

района включает автомобильный маршрут «Золотое кольцо» Волинцы – Свольно-Кохановичи – Освея – Сарья – Росица – Бигосово – Верхнедвинск протяженностью 105 км [3].

Волинцы – одно из старейших поселений района, широко известное в XVIII в. Забельским коллегиумом при доминиканском монастыре и школьным театром при нем. Архитектурный комплекс величественного костела, возведённого в стиле «виленского барокко» увековечен на акварели Наполеона Орды в 1875 – 1876 гг. Свольно – родина И.Д. Черского, исследователя Сибири, чьё имя известно всему миру. На месте бывшей помещицкой усадьбы лежит массивный камень-валун из серого гранита с соответствующей месту памятной табличкой [1, с.42]. На перекрестке дорог расположена д. Кохановичи. Здесь когда-то находилось панское имение помещика Храповицкого. Дворец, славившийся своим эффектным интерьером в стиле барокко, был разграблен и сожжен в годы военного лихолетья. Недалеко от деревни находится уникальный памятник природы – Сахоновский дуб-великан 400-летнего возраста – единственный уцелевший свидетель сожженной фашистами деревни Сахоново [1, с.36].

Освея – самое северное городское поселение Беларуси. Первое летописное упоминание о нем датировано 1503 г. Сегодня в поселке проживает 1,7 тыс. человек. Приметами будущего встанут новые дома оригинальной архитектуры, рассчитанные на туристическую перспективу, а также недавно открытая конно-спортивная школа [1, с.21-23]. Настоящая «северная жемчужина» – Освейское озеро. Это второй по величине естественный водоем Беларуси площадью 53 кв. км. Ландшафтный заказник «Освейский» имеет специальный охранный статус водно-болотного угодья международного значения. Главное богатство – болотные комплексы, убежище редчайших и исчезающих видов растений, место гнездования многочисленных видов птиц.

Освейщина – экологически чистая местность. Территория заказника частично совпадает с перспективной зоной отдыха республиканского значения. Уже сейчас на берегах озер создаются базы отдыха, оборудованы места туристских стоянок, пляжи, причалы, беседки, строятся дом охотника и дом рыбака [2, с.17-21].

Уникальной рекой Беларуси является река Сарьянка, долина и русло которой почти на всем протяжении являются памятником природы. На берегах реки много и исторических памятников. В сер. XIX в. прусским архитектором Г.Шахтом был построен Сарьянский храм, который позже был переосвящён в церковь. Построенный из красного кирпича в стиле неоготики, храм является одним из самых выразительных памятников данного стиля в нашей стране.

Зона отдыха «Сарьянка» – уголок, который не похож на привычные места отдыха. Здесь нет ни озера, ни пляжа. Зато есть большой лес и чистая речка с песчаным либо каменистым дном, которое повсеместно просматривается. [1, с.32-35]. Росица – одно из старых поселений района, которое в XVII в. называлось городом. Здесь были церковь и кос-

тел, синагога, лавки, проводились ярмарки. На всю округу славился здешний костел святой Троицы, построенный в начале XX в. в стиле неоготики. В 1930-е годы костел был заброшен. В военные годы немецко-фашистские захватчики использовали его в качестве «сортировочного пункта». Здесь в огне живыми сгорели более тысячи мирных жителей. Священники Антоний Лящевич и Юрий Каширо не оставили свою паству и пошли вместе с ними на смерть. Их жертвенный подвиг признал весь католический мир, и в конце XX в. Рим объявил их святыми. Сегодня дважды в году здесь проводятся многолюдные поминальные фэсты, на которые приезжают и приходит паломники разных конфессий. В полночь река огней из свеч плывет от храма к мемориалу на братской могиле жертв фашизма за озером [1, с.16].

Главная достопримечательность Бигосова – железнодорожный вокзал – памятник архитектуры стиля модерн с оборонительными мотивами. В 1990-х гг. он подвергся реконструкции, но оставшаяся центральная его часть сохранила прежние романтические черты: шпиль и башенки, массивные стены и портал, чередование ступеней-этажей [3].

Полученные результаты. Край с удивительной историей, самобытной культурой, первозданной природой, уникальным архитектурным наследием – «золотая жила» для агротуризма. Наличие уникальных исторических объектов может предопределить успешное развитие туризма в регионе. Интерес к историческим событиям, историческим личностям и историческим объектам – сильнейший побудительный туристический мотив. Тем не менее, он нуждается в изучении и продвижении на рынок туристических услуг.

Нестеренко Анастасия Сергеевна, студент 1 курса, агроэкологический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Гусарова Г.А., канд. истор. наук, доцент, доцент каф. истории и культурологии

Родники памяти Кричевской земли

Актуальность. Каждому человеку дорого место, где он родился, откуда начался его род, его семья. Люди дают имена не только своим детям, но и всей живой среде, именами называют землю, на которой живут, дороги, по которым ездят и ходят, каждую улицу, речку, луг. И чтобы крепче любить свою Родину, нужно о ней знать как можно больше. Все самое дорогое берегут родники памяти, прошедшие через года и столетия, передающиеся в легендах и преданиях. Ещё Ф. Скорина писал: «...такое ж и люди – и где зродилися и ускормлены суть по бозе, к тому месту великую ласку имають...».

Методика и содержание исследования. Спрятавшись в тени деревьев, разместился милый моему сердцу уголок – деревня Дяговичи, что в Кричевском районе. Первое официальное упоминание о деревне относится к концу неолита. В книге А.А Метельского «Старажытны Крычаў» сказано: «На тэрыторыі в. Дзягавічы знойдзены курганны

магільнік, паходжанне якога датуецца канцом неаліта». В гэтай жэ кнізе на картосхеме «Старажытны Крычаў» в междуречье Сожа и Остра мы находим название деревни Дяговичи в составе Мстиславльского княжества. Подтверждается существование данной деревни и в картосхеме «Крычаўшчына ў складзе ВКЛ».

Говорят, что в старину здесь были древние поселения и через деревню Дяговичи проходил путь из ВКЛ в Россию. Здесь часто останавливались путники, чтобы отдохнуть. Проезжие благодарили щедрых хозяев, говорили им «дзякуй». От этого слова и возникло название деревни «Дяговичи».

Но историю деревни создавали не только люди, но и природа. Название интересных мест в деревне часто были плодом фантазии простых людей. Среди них – Рожки. На одном из поворотов реки Остер есть очень красивое место «Рожки». Здесь река делает несколько поворотов, похожих на рога. Сколько на Рожках красоты! Чистые воды реки Остер, песчаный пляж, аромат цветов и трав – все это делает данную местность привлекательной. Рожки – желанное место отдыха не только местных жителей.

Фонтан. В конце 60-х – начале 70-х гг. XX века на живописном берегу реки Остер геологи вели работу в поисках артезианской воды. Они пробуравили землю, вставили в скважину трубу, и из нее стал бить фонтан высотой 8 – 10 метров. Через некоторое время в местных колодцах и родниках стала исчезать вода. Чтобы люди не остались без воды, геологи вынуждены были то место, откуда бил фонтан забетонировать. Как только они это сделали – вода вновь вернулась в колодцы, стали появляться родники. Их и сейчас в нашей местности много. А то красивое место на берегу реки Остер называют «Фонтан».

Лебедев родник. Белорусские люди берегут землю, на которой живут, источник из которого пьют воду, каждую травинку и цветочек. Живет в деревне Дяговичи семья Лебедевых. Когда-то Дмитрий Михайлович прочистил ручеек, журчащий за огородом. Ручеек набрал силу и начал бить из земли ключом. Появился родник. А чтобы из него люди могли пить воду, сыновья Дмитрия Михайловича вкопали в землю кольца, сделали мостки, повесили ковшик. Вода в роднике чистая, холодная, живительная. Над родником размещена икона, перед которой необходимо помолиться от чистого сердца, тогда родниковая вода действительно станет святой и чудодейственной.

Широкое. Там, где вольно несет свои воды Остер, в краю лесов и болот, находится необыкновенное место, привлекающее своей красотой местных жителей. Называется этот родной сердцу уголок «Широкое». Вот что рассказывают старожилы: «Из давних времен границей между Беларусью и Россией является река Остер, приток реки Сож. Вилась река между лесов... И вот однажды она изменила свое направление и потекла по земле российской, отрезав от нее широкий кусок земли, который отошел к Белоруссии». С тех пор этот российский кусочек белорусской земли стали называть «Широкое».

Морозово озеро. Около реки Остер находится озеро. К нему нельзя близко подойти, потому что берега топкие, заболоченные, заросшие тростником. Само озеро очень глубокое, вода в нем холодная, но даже зимой она никогда не замерзает. Поэтому озеро называют Морозовым.

Полученные результаты. Время бежит очень быстро, многое уходит из нашей памяти, остается в прошлом. Но, оказывается, в этом забытом много полезного, умного, доброго. Мы попытались воскресить маленькую частичку того, что, на наш взгляд, забывать нельзя.

Рябенко Валентина Сергеевна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Каданчик Г.Е., канд. философ. наук, доцент, доцент каф. истории и культурологии

Формирование туристических брендов г. Могилева и области

Актуальность. В настоящее время развитию туризма в республике Беларусь уделяется большое внимание. Актуальной остается проблема формирования привлекательного туристического имиджа страны. В целях создания конкурентоспособного рынка услуг в рамках реализации Государственной программы предполагается разработка эффективной стратегии по продвижению отечественных туров. Поэтому все регионы Беларуси работают над поиском наиболее интересных вариантов брендов своих областей.

Методика и содержание исследования. Для принятия инновационных и грамотных маркетинговых решений в области формирования бренда города Могилева и Могилевской области недавно в областном центре состоялся круглый стол. В контексте решения поставленных задач отмечалось, что в определении приоритетных символов, отражающих туристический потенциал области ведущую роль должны играть современные маркетинговые коммуникационные стратегии. В порядке обсуждения актуальных направлений развития туристического продукта Могилевщины отмечался агро- и экотуризм, на базе которого потенциальным брендом может стать оздоровительный отдых в агроусадьбах. На сегодняшний день Могилевщина не принадлежит к числу республиканских лидеров по обустройству сельских усадеб и области предстоит активизировать работу в этом направлении, чтобы они стали ее заметным брендом.

В самом областном центре помимо известных памятников архитектуры формированию конкурентоспособного туристического рынка могут способствовать проводимые здесь культурные мероприятия и фестивали. Так, более десяти лет в Могилеве ежегодно проводится международный фестиваль духовной культуры «Магутны Божа». Основной целью проведения которого является поддержка христианских традиций в культуре, объединение и духовное обогащение посредством музыки, поддержка программ, направленных на эстетическое воспитание молодежи. При правильном маркетинговом подходе к созда-

нию бренда фестиваль может стать интересным объектом событийного туризма. Таким же брендовым потенциалом для Могилевской области обладает ставший международным фестиваль-конкурс детского песенного творчества «Золотая пчелка» в г. Кричеве. Представляет интерес и идея по созданию в этом райцентре региональной резиденции нашего родного белорусского персонажа Зюзи Призерского, как альтернативного символа российскому Деду Морозу.

К приоритетным символам Могилевщины, безусловно, относится Мстиславский край, который известен рядом культурных объектов, таких как Успенский монастырь, костел кармелитов и т.д. Еще один вариант создания туристического бренда области – ежегодное проведение в городе Мстиславле рыцарского турнира – традиционного праздника средневековой культуры, который уже сегодня привлекает большое количество жителей не только Республики Беларусь, но и России, Украины. Для участников и гостей организована интересная культурная программа, начиная от работы «Города мастеров» и заканчивая огненным шоу и фейерверками. Предлагаются увлекательные маршруты экскурсий по историческим местам Мстиславщины.

Современные тенденции развития сферы туризма в Могилевской области предполагает создание бренда Белорусской сельскохозяйственной академии в Горках, который может быть позиционирован как целостный архитектурный ансамбль, складывавшийся на протяжении 170 лет, являющийся историко-культурной ценностью республики.

Продвижению и позитивному развитию привлекательного для туризма образа Могилевской области сможет и способствовать деревня Лесная Славгородского района, известная тем, что вблизи нее 28 сентября 1708 года корволант Петра I разгромил шведский корпус. В память об этой битве Северной войны недалеко от деревни к 200-летию битвы был установлен памятник в форме бронзового орла, поразившего знамя врага, и воздвигнут Свято-Петро-Павловский храм.

Другие регионы Могилевщины тоже имеют свой историко-культурный потенциал (Бобруйская крепость и костел Святого Казимира в д. Рясна, Жиличский дворец в Кировском районе, фестиваль «Венок дружбы» в Бобруйске и др.), который должен быть использован при формировании привлекательного туристического имиджа страны.

Полученные результаты. Таким образом, Могилевская область включилась в реализацию Государственной программы по рациональному использованию объектов историко-культурного и природного наследия для продвижения национальных туров на мировом и внутреннем туристических рынках. Региональная туристическая программа при творческом подходе к созданию брендов поможет Могилевской области более эффективно использовать свои туристические ресурсы и развивать их экспортный потенциал.

Сасалина Алёна Валерьевна, студент 4 курса, экономический факультет, Белгородская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Човган Н.И., канд. экон. наук, ст. преподаватель каф. экономической теории и экономики АПК

Проблемы трудоустройства молодых специалистов в сельской местности

Актуальность. В современных условиях все более актуальными становятся проблемы трудоустройства выпускников вузов, наиболее полной реализации их профессионального и личностного потенциала. При этом не секрет, что молодежь после получения образования не хочет возвращаться в сельскую местность и ищет достойную работу в городе. А ведь на сегодняшний день сельское хозяйство особенно нуждается в молодых кадрах.

Методика и содержание исследования. Цель работы – изучение проблем процесса адаптации и трудоустройства молодых специалистов в сельской местности. Методами исследования являются анализ литературных источников, абстрактно-логический, анкетирование, метод группировки и обобщение.

На сегодняшний день главными причинами низкого уровня закрепляемости молодых специалистов в аграрном секторе остаются низкая заработная плата, отсутствие надлежащего жилья, неразвитость социальной инфраструктуры. В основном именно по этим причинам и остается невысоким уровень трудоустройства выпускников аграрных вузов. Сегодня молодежь все чаще говорит о желании приносить пользу своей семье, своей стране, но для реализации этих желаний необходима поддержка государства. Молодые специалисты на селе в основном приобретают первое в своей жизни жилье, то есть, как правило, не имеют в собственности недвижимость, которую можно было бы использовать в виде залога для оплаты первого взноса при получении ипотечного кредита. Да и накопить соответствующие суммы они вряд ли могут.

Хорошим подспорьем для молодых специалистов являются программы жилищного субсидированного строительства, которые реализуются за счет федерального и регионального бюджетов. Одной из таких программ является программа по обеспечению жильем молодых сельских специалистов, которая является частью национального проекта «Развитие агропромышленного комплекса». На сегодняшний день в ее реализации участвует 81 субъект Российской Федерации. Наиболее активно в этой программе принимают участие Белгородская, Липецкая, Калужская, Вологодская области, Республики Татарстан и Мордовия. Согласно программы, если вы изъявили желание жить и работать в сельской местности, вы имеете возможность построить там свое собственное жилье. В этом случае 30% от затрат, связанных со строительством или приобретением жилья, будут субсидироваться государством из федерального бюджета на безвозвратной основе, 50%

вам может субсидировать региональный бюджет. В итоге только 20% вы будет должны возратить по кредиту.

Дополнением к анализу проблем нашего исследования выступает изучение мнения самих потенциальных специалистов через их анкетирование. В анкетировании принимали участие 58 студентов 4 курса БелГСХА им. В.Я. Горина, обучающихся по трем специальностям – экономика и управление на предприятиях АПК; бухгалтерский учет, анализ и аудит; финансы и кредит. Респондентам была предложена анкета, состоящая из 10 вопросов, касающихся их дальнейшего трудоустройства. Опрос показал, что большинство студентов (50,8%) поступило в БелГСХА им. В.Я. Горина по собственному желанию, 49,2% опрошенных – по совету родителей и знакомых. Также были и такие варианты ответов, как: «так получилось», «отсрочка от армии» (у мужской половины). Практически все студенты считают наш ВУЗ и свою специальность престижными и довольны выбранной профессией. Работать по своим выбранным специальностям планируют 50% респондентов, из них 57,5% – бухгалтера, 68,6% – финансисты. Экономисты, к сожалению, надеются найти другую работу (63,8%) или вообще отказываются работать по данной специальности. Лишь 29,8% экономистов надеются и согласны работать по своей специальности. Из всех опрошенных студентов 94,3% планируют работать в городе, а 5,7% – ехать в сельскую местность. Бухгалтера и финансисты вообще стопроцентно желают работать в городе. А вот экономисты отличились: 8,5% из них все-таки планируют работать на селе. При наличии определенных условий, таких, как предоставление жилья и высокого уровня заработной платы, выпускники все-таки согласны уехать из города и трудоустроиться в сельской местности (42,6%). Интересно, что 71,3% опрошенных уже сейчас заинтересованы в поиске работы (посещают ярмарки вакансий, различные собеседования), 81,9% выпускников согласны трудоустроиться уже сейчас, при соответствующем графике работы, без отрыва от учебы; некоторые студенты уже имеют постоянное место работы. Несмотря на то, что большинство студентов считают выбранную ранее специальность престижной, многие из них не планируют, а то и вообще отказываются работать по полученной профессии, а тем более в сельской местности. Лишь малый процент участников опроса согласны уехать за черты города и найти свое место работы в районах Белгородской области.

Полученные результаты. Таким образом, можно сделать вывод, что проблема низкого уровня обеспечения аграрного производства выпускниками сельскохозяйственных вузов заключается в отсутствии предъявляемых молодежью требований к условиям работы и проживания в сельской местности. А это значит, что необходимо сокращать разрыв в уровне жизни городских и сельских жителей, автоматизации труда, а, следовательно, возможности роста заработной платы и обеспечения экономических и социальных преимуществ трудоустройства специалистов в аграрном секторе экономики

На наш взгляд, для решения задачи закрепления молодых специалистов в аграрном секторе экономики и привлечения их для работы в сельской местности, нужно содействовать созданию условий для внедрения инновационных технологий в агропромышленном комплексе на базе существующих образовательных учреждений сельскохозяйственного профиля и сельскохозяйственных организаций; развивать целевую контрактную подготовку кадров для агропромышленного комплекса области по заявкам муниципальных образований и сельскохозяйственных организаций; содействовать совершенствованию информационного обмена между сельхозорганизациями, образовательными учреждениями для реальной оценки прогнозной потребности в специалистах для агропромышленного комплекса; совершенствовать систему профессиональной подготовки, стажировки и повышения квалификации работников агропромышленного комплекса.

Симако Марина Владимировна, студент 1 курса, экономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Глушакова Н.А., канд. истор. наук, доцент, декан факультета бизнеса и права

Становление и развитие агроэкотуризма в Беларуси

Актуальность. Что такое современный город? Пыль, духота, недостаток кислорода, переизбыток выхлопных газов, неутрачивающий рев двигателей – это список «достоинств» нашей сегодняшней среды обитания можно продолжать до бесконечности. Живя в ней, мы пользуемся развитыми благами, забывая об одном, все эти неблагоприятные факторы окружающей среды губительны для нашего здоровья. Именно многочисленные нервные перенапряжения, депрессии и прочие болезни, связанные с жизнью в городах обусловили стремление людей быть ближе к природе, благодаря чему в курортном бизнесе появилось новое направление – агроэкотуризм.

Агроэкотуризм (его еще называют сельским или «зеленым») – одно из модных и быстро развивающихся направлений в современном туризме. Получивший признание обществу в большинстве европейских стран во второй половине прошлого столетия, в Беларуси этот вид отдыха находится на начальной стадии развития. Однако уже сейчас становится понятно, что отпуск в белорусской деревне вызывает интерес как у жителей нашей страны, так и у иностранных граждан. Запах свежего сена, парного молока, чистый воздух... Это то, чего так порой не хватает горожанам. Поэтому агроэкотуризм, который предполагает проживание в деревне, знакомство с местной культурой и бытом, является прекрасной альтернативой традиционным видам «пляжного» или экскурсионного туризма.

Методика и содержание исследования. Беларусь, пожалуй, единственная страна в Европе, где сельский туризм только начинает развиваться. В этом можно усмотреть и положительную сторону, так как

существует возможность идти по уже проторенному пути, опираясь на опыт других стран и используя их модели развития. История сельского туризма, существовавшего в самопроизвольной форме, уходит в прошлое. В Беларуси, например, еще в XIX веке помещик Наркевич-Йодко лечил своих гостей свежим воздухом и кумысом. Элементы агротуризма можно найти и в аренде дачных домиков, и в отдыхе в пансионатах и сельских гостиницах. Однако рассматривать сельский туризм как сектор современной туристической индустрии стало возможным только недавно, когда применение новых информационных технологий и приемов организации туристического бизнеса позволило увеличить объемы продаваемых услуг в некоторых европейских странах до индустриальных масштабов. Это хорошо видно на примерах Австрии (16% от общего количества сельских туристов в ЕС), Италии (13%), Франции (15%) и Испании (8%), где уровень организации агротуристического бизнеса позволяет рассматривать его как динамично растущий сектор современной туристической индустрии.

В последнее время сельский туризм становится популярным и в странах, соседствующих с Беларусью. Количество отдыхающих в сельских усадьбах Литвы в 2009 г. выросло на 37%, а в Латвии – на 20%. Сейчас в Литве порядка 1000 усадеб, предоставляющих услуги сельского туризма, в Латвии же около 300 аналогичных сельских домиков. Европейский опыт показывает, что создание структуры, которая бы сплачивала единомышленников, ускоряет развитие сельского туризма. Беларусь располагает значительным потенциалом для развития сельского туризма: заповедники, национальные парки, 10 тысяч озер, 20 тысяч рек, животное и растительное разнообразие. Немаловажным является и то, что агротуризм способен создать рабочие места в деревнях и воспрепятствовать оттоку местного населения в города, развить инфраструктуру деревень и укрепить социальные контакты, используя возможность культурного обмена. Говорить о том, что сельский туризм спасет белорусскую деревню, пока еще рано, но возможность такая реально существует. От государства требуется только обеспечить льготные правовые условия для развития «зеленого» туризма.

Предварительная оценка спроса на сельский туризм обещает большой рынок потенциальных покупателей. В первую очередь, это городское население крупных городов. Согласно исследованию ООН, 82% минчан хотели бы совершать путешествия на природу. Расширение Евросоюза отнюдь не способствует упрощению процедуры выезда за границу. Откинув проблемы с оформлением визы, транзита, поиском немалых денег, можно ничуть не хуже отдохнуть на родине. Кроме того, многие уже повидали мир и поняли, что у нас природа не хуже.

Белорусские деревни, несомненно, привлекают иностранцев, уставших от благ цивилизации. Сельский туризм имеет все шансы помочь белорусской деревне развить положительный имидж нашей страны, незаметной пока на мировом туристическом рынке. Однако

такие положительные перемены возможны лишь в том случае, если агроэкотуризм станет полноправным сектором туристической отрасли.

В настоящее время каждая из областей республики накопила определённый положительный опыт в данной сфере деятельности. Так, только в Минской области сегодня действует более ста агроусадоб, каждая из которых выполнена в своем уникальном стиле (перечень услуг хотя и схож на всех дворах, но, тем не менее, каждый хозяин пытается придумать что-то новое и необычное). Конечно, преимущество агроэкотуризма в Минской области заключается в близости расположения от Минска (40–100 километров и уже можно наслаждаться лонном природы, постигать культуру деревни), наличии большого количества рек и озер (Вилейское водохранилище, Нарочанский Национальный парк – это лишь некоторые живописные места области, где существуют островки агроэкотуризма).

В прошлом 2011 г. агроусадобы региона посетили около 45,4 тыс. человек, что на 5 тыс. больше, чем в 2010 г.. В сфере агроэкотуризма заключено свыше 5,8 тыс. договоров на оказание услуг, в том числе 99 – с туроператорами. От этой деятельности получено Br8,6 млрд. В среднем каждый субъект агроэкотуризма заработал Br28,3 млн. Наибольшее количество договоров заключено в Минском районе – 1824, услугами воспользовались свыше 17,3 тыс. туристов. В белорусской деревне отдыхали не только белорусы, но и граждане ближнего и дальнего зарубежья. Всего в регионе зарегистрировано 339 субъектов агроэкотуризма (это на 90 агроусадоб больше, чем в 2010 г.). За пять лет количество агроусадоб на Минщине увеличилось более чем в семь раз (в 2007 г. их было всего 48).

Полученные результаты. В настоящее время сельский туризм – это один из самых динамично развивающихся сегментов туристического рынка страны. Благодаря богатейшим природным и водным ресурсам, историко-культурному наследию республики, белорусский агроэкотуризм привлекает все большее количество не только наших граждан, но и иностранных туристов из разных стран мира. Однако, для того, чтобы с успехом конкурировать на международном рынке, необходимо решить проблему качества предоставляемых услуг и сохранения самобытных традиций белорусов, которые являются основой этнотуризма.

Смоленцева Таисия Юрьевна, студент 3 курса, экономический факультет, Московский государственный университет имени М. Ломоносова

Научный руководитель – Ломкин А.В., канд. экон. наук, доцент каф. истории народного хозяйства и экономических учений

Крестьянская община как историческая основа развития села

Актуальность. На современном этапе возрождения села необходимо учитывать ошибки прошлого и многовековой опыт народа в организации жизни и сельского хозяйства. Село, деревня, ввиду особен-

ностей поселений, носят в себе общинный дух, выраженный в различных формах кооперации. Опыт общины, в частности, самоорганизации и взаимопомощи, может стать основой развития сельской местности сегодня.

Методика и содержание исследования. Методика и содержание исследования деятельности крестьянских общин основаны на теоретических и исторических аспектах их существования. Появление крестьянской общины на Руси было обусловлено природными и социокультурными факторами. Поселения древних славян располагались на территории современных Венгрии и Польши. Впоследствии они были вытеснены на восток, и это положило начало образованию Киевской Руси. Дальнейшие миграционные потоки наших предков были направлены на восток, вглубь континента, из степной полосы в лесную, с открытого чернозема на песчано-суглинистые почвы. Лес являлся обширной сырьевой базой крестьянского хозяйства, но его освоение, введение в хозяйственный оборот лесных земель требовало огромных усилий со стороны человека. Те, кто продвигался далее на север, попадал в болотистые местности, сельскохозяйственные работы осложнялись осушением болот, которое происходило крайне медленно. Климат также был не в пользу крестьянина: сравнительно короткое лето требовало мобилизации колоссальных усилий в предельно сжатые сроки. Естественно, для отдельного крестьянского хозяйства такая задача была невыполнимой: суровые природные условия вызвали к жизни такое явление крестьянской жизни как сельская община.

Были в общине и духовные причины единения, а именно – соборная Церковь. В Православии нет места индивидуализму: тот, кто исходит из своих личных интересов, не способен жертвовать ими ради мира, не является в полной мере христианином, а значит, осуждаем Церковью. Жизнь вне Церкви, не по законам Церкви для человека того времени было невозможное, внутренне отторгаемое состояние.

Экономической основой крестьянской общины было единство земельных переделов и круговой поруки, которая, по мнению одних, была вредна для беднейших слоев населения, а по мнению других, – для наиболее зажиточных. Многими учеными и общественными деятелями тесная взаимосвязь круговой поруки с переделами игнорировалась, что приводило к непониманию её сущности и роли в борьбе с обезземеливанием. Общину обвиняли в культивировании технологической отсталости, забывая, что без агрономической помощи государства и достаточного количества земли и техники самостоятельный переход крестьян на новую технологию оказывался затруднительным.

В.И. Ленин в своей работе «Развитие капитализма в России» критикует общину за её обязательный, тягловый характер: «Как известно, крестьяне делают все подати по земле: доля податей и доля земли сливается для них в одно понятие «душа». Между тем разложение крестьянства ведет, как мы видели, к уменьшению роли наделной земли на обоих полюсах современной деревни. Естественно, что при таких ус-

ловиях распределение податей по надельной земле (неразрывно связанное с обязательным характером общины) ведет к переложению податей с зажиточного крестьянства на бедноту. Община (т. е. круговая порука и отсутствие права отказа от земли) становится все более и более вредной для крестьянской бедноты. Для правильного толкования наблюдаемых В.И. Лениным процессов, необходимо отметить, что в графу «подати и повинности», должны были быть включены выкупные платежи, которые коррелировались с наделом и уплачивались каждым крестьянским хозяйством отдельно, а также недоимки по выкупным платежам, которых не было у зажиточных крестьян и которые увеличивали расходы бедных. Пока крестьянин мог нести свое тягло, община не вмешивалась и не перекладывала подати на плечи более эффективных собственников, поэтому большая доля расходов бедняцкого хозяйства на подати в сравнении с хозяйством кулацким говорит не о вреде крестьянской общины, а о неправильной налоговой политике государства, облагающей налогом душу, а не источник дохода. Перед общиной конца XIX – начала XX века стояла сложная задача выполнения всех социальных функций государства без урона производительности, признания прогрессивной роли капитализма с сохранением социалистических тенденций. Судя по всему, общине это удавалось, т.к. при общинной системе перераспределения доходов доходы зажиточного крестьянства не увеличивали доходы малоимущих, а покрывали их неспособность нести подати, которая была следствием расслоения крестьянства и концентрации собственности у кулаков, усугубленной государством в 1861 году.

П.А. Столыпин видел в общине кабалу для крепкого хозяина. Приведенные в работе В.И. Ленина данные земской статистики говорят об ином положении зажиточных крестьян, для которых с развитием капитализма община становилась источником трудовых ресурсов из близлежащих земель. Согласно реформе заботу о слабых крестьянских хозяйствах государство должно было взять на себя. «Русский социализм» общины было решено заменить «социализмом государственным». Но государство, разрушив общину, не смогло дать крестьянину защиту от внешнего мира, и вместо того, чтобы положить конец социалистическим тенденциям русского крестьянства, правительство получило революционно настроенного крестьянина.

Полученные результаты. История показывает, что большинство реформ сельского хозяйства в России было проведено в критический момент, когда необходима была мобилизация всех ресурсов для решения задач государственного значения, когда достижение краткосрочных целей было выше долгосрочной стабильности, и отмена крестьянской общины не была исключением. При этом мирные годы не были направлены на выравнивание положения крестьян, на совершение экономического «передела» в пользу сельского населения, что вело не только к исторически обусловленному снижению доли аграрного сектора в валовой добавленной стоимости экономики, но и усугубле-

нию проблем села. «Ставка» на ту или иную группу крестьян, игнорирование интересов бедных слоев, - всё это делало реформы однобокими, неэффективными и антисоциальными. Община была проявлением чистой демократии и гражданского общества, которое брало на себя часть функций государства, учитывало интересы каждого. Естественно, государство не может создать гражданское общество, но оно может обеспечить широкий круг прав и льгот свободным объединениям крестьян. Передача части государственных функций крестьянскому самоуправлению позволит учесть местные особенности, а, значит, повысить эффективность правительственных мер по развитию села.

*Темнышова Виктория Александровна, эколого-мелиоративный факультет, Волгоградский государственный аграрный университет
Научный руководитель – Постолов В.Д., докт. с.-х. наук, профессор, зав. каф. землеустройства и ландшафтного проектирования*

Культурные ландшафты Волгоградской области, как объект историко-культурного наследия

Актуальность. С принятием Закона Волгоградской области от 7 декабря 2001 г. № 641-ОД «Об особо охраняемых природных территориях Волгоградской области» на территориях природных парков предлагается деятельность, влекущая за собой изменение исторически сложившегося природного ландшафта, снижение или уничтожение экологических, эстетических и рекреационных качеств природных парков, нарушение режима охраны расположенных на их территории памятников истории и культуры.

Методика и содержание исследования. Проблемы землепользования и градостроительного регулирования, при использовании и охране целостных историко-культурных территориальных комплексов, к каковым относятся, культурные ландшафты являются приоритетными в современных отношениях. Базовые сведения по культурным ландшафтам должны содержать: их предметную ценность согласно избранным критериям; наличие правовых предписаний, регламентирующих режимы охраны и использования (в т. ч. устанавливаемых для отдельных компонентов ландшафта – памятников истории и культуры и их зон охраны); компонентный состав; планировочную структуру; прошлое и современное использование; принадлежность недвижимости, земель, ресурсов.

В рамках информационно-аналитического обеспечения национальных парков объекты историко-культурного наследия могут быть приведены к конкретным территориальным операционным единицам – культурно-ландшафтными районам, местностям, зонам, в отношении которых планируется предпринять те или иные действия. Культурные ландшафты являются территориальными образованиями, интегрирующими все проявления культурной жизни, и поэтому их распреде-

ление наиболее адекватно отражает пространственные закономерности распространения различных явлений культуры.

Историко-культурный комплекс представляет исключительную ценность как феномен исторического (природного и культурного) наследия, что может выражаться:

- в высоком уровне сохранности пространственной структуры комплекса и выраженности его наиболее характерных составляющих (репрезентативность и разнообразие);
- в наличии уникальных элементов и исключительных ландшафтных достоинствах комплекса (уникальность и редкость);
- в значительности ассоциативно-сакрального наполнения комплекса (святость места);
- в функциональности роли или насыщенности функций в системе распределения целевых направлений развития парка;
- перспективности для развития социокультурной, туристско-рекреационной, просветительской, научно-исследовательской деятельности национального парка.

Он отличается высокой уязвимостью и подвержен воздействию негативных для него процессов. Следует также различать культурный ландшафт как:

а) типологическую категорию (например, сельский культурный ландшафт вообще);

б) как категорию районирования (культурно-ландшафтный район может включать как историко-культурные, так и сугубо природные территориальные комплексы);

в) как конкретный индивидуальный целостный географически фиксированный участок — операционную единицу управления, по отношению к которой (аналогично памятнику культуры) принимаются основные управленческие решения.

За 2000 – 2005 гг. региональная сеть «Особо – охраняемых природных территорий» в Волгоградской области пополнилась 7 природными парками: ГУ «Природный парк «Волго-Ахтубинская пойма»» (2000 г.); ГУ «Природный парк «Донской»» (2001 г.); ГУ «Природный парк «Эльтонский»» (2001 г.); ГУ «Природный парк «Нижнехоперский»» (2003 г.); ГУ «Природный парк «Цимлянские пески»» (2003 г.); ГУ «Природный парк «Щербаковский»» (2003 г.); ГУ «Природный парк «Усть-Медведицкий»» (2005 г.). В 2011 г. по решению международного координационного совета программы ЮНЕСКО МАБ природный парк «Волго-Ахтубинская пойма» Волгоградской области включён во всемирную сеть биосферных резерватов.

Природные парки являются природоохранными рекреационными учреждениями, находящимися в ведении субъектов РФ. На территории национального парка могут находиться различные категории земель и иных объектов недвижимости (строения, сооружения), не принадлежащие парку ни на праве пользования, ни на праве оперативного управления. Тем не менее, в границах всей своей территории парк

имеет основания осуществлять контрольные функции и регламентировать деятельность иных субъектов права. Наиболее ценные в историко-культурном отношении участки, необходимо переводить в земли природоохранного и историко-культурного назначения (ст. 97, 99, 100 Земельного кодекса РФ). Такая процедура не означает изъятия земель из действующих форм использования, но она может предусматривать существенные режимные ограничения.

Что касается категории особо ценных земель, то это новая категория, введенная Земельным кодексом РФ 2001 г. Она вошла в состав группы категорий земель особо охраняемых территорий. Особо ценные земли предусмотрены для сохранения объектов природного и культурного наследия, представляющих научную или историко-культурную ценность. С целью сохранения культурного потенциала администрацией Волгоградской области определены следующие приоритетные направления деятельности:

сохранение инфраструктуры объектов культурного наследия; комплектование музейных и библиотечных фондов; дальнейшее развитие региональных, межрегиональных и международных культурных связей; сохранение традиционных культур народов, проживающих в Волгоградской области и приобщение к ним населения; развитие новых форм культурно-досуговой деятельности и любительского творчества; сохранение и развитие системы художественного и профессионального образования, профессионального мастерства; обеспечение общедоступности дополнительного образования в сфере культуры и искусства, поддержка молодых дарований; адресная поддержка профессионального искусства, литературы и художественного творчества; поддержка творческих союзов; внедрение новых информационных технологий и укрепление материально-технической базы учреждений культуры.

Полученные результаты. Необходимо разработать, на уровне субъекта Федерации и утвердить необходимый регламентирующий документ, например «Требования к застройке на территории национального парка», что будет способствовать сохранению историко-культурного наследия всех типологических разновидностей, а в особенности культурных ландшафтов.

Федосенко Евгений Ильич, студент 1 курса, агрономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Радюк А.В., ст. преподаватель каф. истории и культурологии

Страницы истории деревни Тёмный лес

Актуальность. Сельская гаспадарка Беларусі – важная галіна беларускай эканомікі, якая забяспечвае 7,5% ВУП краіны. У сельскай гаспадарцы працуе 9,7 % насельніцтва. Феномен «аграгарадка» з'явіўся ў сярэдзіне 2000-х у Беларусі ў сувязі з прыняццем Дзяржаўнай пра-

грамы адраджэння і развіцця сяла на 2005–2010 гады. У дадзеным артыкуле мы пазнаёмімся з аграгарадком Цёмны Лес, Дрыбінскага раёна, Магілёўскай вобласці.

Методика и содержание исследования. Больш за сто гадоў таму Сіланцій Клімянкоў, Фёдар Самуськоў, Аляксей Кухараў, Аляксей Набэбін, Піліп Рэбін, Барыс Конанаў і Акім Сакалоў вырашылі пайсці шукаць свайго шчасця. І знайшлі яны яго на землях, купленых у пані Епіфанавай і Курманаўскай пані. Надзел знаходзіўся сярод дрымучых лясоў Дрыбіншчыны. Тут яны пабудавалі свае хаты. У кожнага гаспадара было ад 5-ці да 7-мі дзесяцін зямлі. Працалюбства і жаданне жыць лепш – асноўныя рысы, якія аб’ядналі гэтых людзей. Вёсачку, што нарадзілася сярод леса, так і назвалі – Цёмны Лес. Хутка ў вёску за лепшай доляй пацягнуліся новыя людзі.

Па архіўных звестках у 1897 годзе вёска Цёмны Лес (яно ж Кулакова) – урочышча Дрыбінскай воласці Чавускага павета налічвала 5 двароў і 19 жыхароў. А праз 12 год ў 1909 годзе – Цёмны Лес стаў пасёлкам, дзе было 13 двароў, 70 жыхароў. У 1911 годзе тут пачалі працаваць лесапільны завод і млын, а ў 1916 – пачалося будаўніцтва чыгуначнай дарогі.

Пасля перамогі Кастрычніцкай рэвалюцыі вёска Цёмны Лес адносілася да Пакуціянскага сельсавета, які быў арганізаваны з 20.08.1924 г. ў Дрыбінскім раёне Аршанскай акругі (да 26.07.1930 г.). 1922 год для цёмналесцаў адзначыўся заканчэннем будаўніцтва чыгуначнай лініі Орша – Крычаў і заснавання станцыі Цёмны Лес. У гэты ж год па чыгунцы пачаў хадзіць цягнік. У 1922 – 1923 гг. праз чыгуначную станцыю Цёмны Лес было адпраўлена 938 пудоў грузаў і прыбыло на станцыю 87 тыс. пудоў.

У 1926 годзе ў Цёмным Лесе налічвалася 31 двор, 169 жыхароў; чыгуначная станцыя з 20 дварамі і 59 жыхарамі; лесазавод, пры якім было 18 двароў, 46 жыхароў. У 1931 годзе ў вёсцы Цёмны Лес быў арганізаваны калгас «Ленінскі прызыў» (у 1932 – 16 гаспадарак, 195 га зямлі), старшынёй якога быў абраны С.Д.Скокаў.

Страшныя выпрабаванні выпалі на долю ўсяго савецкага народа ў гады Вялікай Айчыннай вайны. Сапраўдным смерчам прайшла яна праз Цёмналескую зямлю, але нягледзячы на ўсе забароны, якія заканчываліся страшным словам «смерць», на барацьбу з ворагам паўсталі не толькі мужчыны, але і жанчыны. 245 чалавек, жыхароў Цёмналескага сельскага Савета, загінулі, праявіўшы мужнасць і гераізм, на палях баёў і ў партызанскіх атрадах. На ўшанаванне іх памяці ў 1968 годзе на ўскраіне вёскі Цёмны Лес быў устаноўлены абеліск.

Дзякуючы адвазе нашых салдат 20 верасня 1943 года вёска Цёмны Лес была вызвалена ад нямецка-фашыскіх захопнікаў. Трэба было брацца за аднаўленне народнай гаспадаркі. Увесь цяжар гэтай нялёгкай справы лёг на плечы жанчын і дзяцей. У кароткія тэрміны пасля вызвалення была адноўлена чыгуначная станцыя «Цёмны Лес», пабудаваны новы будынак вакзала.

У 1950 годзе вёска Цёмны Лес увайшла ў склад ўзбуйненага калгаса «Ленінскі прызыў» (4 калгасы), з 1956 г. у калгасе «17-ы партз'езд», з 25.4.1957 г. у саўгасе «Запаветы Леніна». З 24 красавіка 1965 года вёска – цэнтр саўгаса «Слава» (12 вёсак, 3,5 тыс. га зямлі). Дырэктарам саўгаса быў назначаны В.Я.Драздоў. У 1967 г. да вёскі далучаны пасёлкі Гудок і Копцеўскі. У гэты час у вёсцы пачалі дзейнічаць па новаму адбудаваўня паштовае аддзяленне, лясніцтва, заготзярно, прадуктовы магазін і магазін прамысловых тавараў. На тэрыторыі Цемналескага сельсавета працавалі адна васьмігадовая і дзве пачатковыя школы, дзве бібліятэкі, два клубы і ФАПа.

У 1979 годзе ў вёсцы Цёмны Лес пачалося будаўніцтва васьмігадовай школы на базе пачатковай, якая існавала ў якасці пачатковай з 1920-х гадоў, і 1-га верасня 1984 года афіцыйна стала функцыяніраваць Цемналеская базавая школа. Першым дырэктарам стаў Іван Міхайлавіч Салтанаў. Зараз у школе працуюць 10 настаўнікаў, дырэктар – Сакратарова Таццяна Мікалаеўна.

Полученные результаты. На 01.01.2007 года ў вёсцы Цёмны Лес налічваецца 196 двароў, 479 жыхароў. На тэрыторыі вёскі працуюць: 3 магазіны, аддзяленне сувязі, адзел філіяла АСБ «Беларусбанк», клуб, бібліятэка, дзіцячы сад, базавая школа, лясніцтва, фельчарска-акушэрскі пункт, чыгуначная станцыя.

На тэрыторыі вёскі размешчаны: выканаўчы камітэт Цемналескага сельскага Савета (старшыня З.В. Фядосенка). У 2010 годзе вёску Цёмны Лес пераўтварылі ў аграгарадок.

Шалдаева Татьяна Николаевна, студент 1 курса, агрономический факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Радюк А.В., ст. преподаватель каф. истории и культурологии

История и современность агрогородка Горы

Актуальность. Республика Беларусь последовательно реализует избранную модель социально ориентированной рыночной экономики. Беларусь существенно продвинулась по пути создания инновационной экономики. Активно проводится модернизация сельского хозяйства республики.

Дальнейшее развитие получила социальная инфраструктура села. Создано 1481 сельское поселение нового типа – агрогородок, где условия жизни максимально приближены к городским. Эта статья посвящена историческому развитию и современному состоянию агрогородка Горы Горецкого района Могилевской области. Анализ фактов позволит сделать выводы о дальнейших перспективах развития сельского населенного пункта.

Методика и содержание исследования. Данная работа базируется на принципах историзма, научной объективности, системности. В исследовании применялись философско-логические и специальные исто-

рические методы. Так, изучение истории и функционирования агрогородка Горы, нахождение причинно-следственных связей потребовало применение историко-типологического метода. Сравнительный анализ процессов происходящих на различных этапах исторического развития агрогородка, нахождение общего и особенного потребовало применения сравнительно-исторического метода. Сравнение является основой такого логического приема, как аналогия.

Деревня Горы Горецкого района, Могилёвской области впервые упоминается в «Литовской метрике» в 1497 году. Однако археологические раскопки говорят о том, что поселение городского типа здесь возникло ещё в XII веке.

В конце XVI в. в Горах произошли важные события. После О. Горностая владельцем Гор стал канцлер Великого княжества Литовского Лев Сапега. При нем был заложен новый замок с бастионными укреплениями. Возле него выросло местечко, а затем и «место» Горы Великие. В 1619 г. оно получило от Л. Сапеги особые привилегии, которые были записаны в особом « Уставе о вольнастях» и представляли собой малое магдебургское право. Разрешалось иметь свое самоуправление и суд, проводить торги и ярмарки [1, с.7].

В 1654 году во время русско-польской войны местечко Горы было захвачено и разграблено русскими войсками [2, с.76]. С 1772 г. Горы вошли в состав Российской империи. В архивных документах с 1785 г. они упоминаются как местечко Чаусского уезда, в котором было 146 дворов и 930 жителей [1, с.9]. А в 1812 г. местечко и имение графа Соллогуба, которому принадлежали Горы, было разграблено наполеоновскими войсками.

В 1829 г. Горы-Горецкое имение за долги его владельца – графа Соллогуба было конфисковано в казну. А в 1836 г. царское правительство решило в бывшем графском имении открыть земледельческую школу. В 1846 г. здесь была открыта церковно-приходская школа. В 1860 г. в Горах насчитывалось 140 дворов, 1199 жителей. Имелась церковь, еврейский молитвенный дом и школа [1, с.10]. А в 1885 г. Горы стали центром волости Чаусского уезда. В местечке было волостное правление, народное училище для детей крестьян и ремесленников, почтово-телеграфный отдел, почтовая станция, медицинский приёмный покой, казённая винная лавка, мельница, две церкви и еврейский молитвенный дом [1, с.11].

В 1909 г. в Горах было 285 дворов и проживало 1615 жителей.

В начале декабря 1929 г. в Горах образовались два колхоза, которые затем объединились в один: «Красный флаг». В этот колхоз входило 68 крестьянских дворов. А в 1934 г. колхоз объединял 119 хозяйств, имел 1032 га земли. В 1935 г. начала работу Горская машино-тракторная станция, которая обслуживала все колхозы Горского сельского Совета.

12 июля 1941 г. Горы захватили немецко-фашистские войска, которые установили режим крававого террора, грабежа и насилия. В

Горах было расстреляно более 400 человек, в основном евреев, уничтожено 180 домов. Освобождение пришло 29 сентября 1943 г. Целыми остались только 16 домов. Весной 1944 г. в Горах был восстановлен колхоз. Первую посевную приходилось проводить вручную, т.к. не было ни коней, ни инвентаря.

В 1950 г. к горскому колхозу «Красный флаг» присоединили 2 колхоза. Объединенный колхоз, посевной площадью 2884 га земли, возглавил Д.В. Мирончиков. Затем последовали ещё несколько укрупнений. В 1957 г. колхоз стал носить имя Я.М. Свердлова. В 1965 г. его возглавил выпускник БСХА Герасимов А.П., который много сделал для развития хозяйства. В 1969 г. урожайность зерновых возросла до 20 ц с гектара, в то время как в 1953 г. она составляла 4,7 ц., в 1962 г. – 8,1 ц с гектара. Была выполнена большая строительная программа. Более 200 семей справили новоселье. Была построена новая средняя школа и детский сад.

В 1997 г. в деревне Горы в 260 дворах проживало 734 человека. Из них 124 пенсионера и 364 трудоспособных. В Горской средней школе обучалось 250 учащихся. В здании школы находится народный музей истории села.

Полученные результаты. В настоящее время деревня Горы – центр СЗАО «Горы». В д. Горы насчитывается 232 двора, общей численностью 647 человек, в том числе: трудоспособное население составляет 441 человек, пенсионеры – 79 человек, моложе 16 лет – 127 человек. В 2007 г. деревня получила статус агрогородка.

Деревня Горы является центром Горского сельского Совета. На территории агрогородка «Горы» находится сельский клуб, на базе которого работает самый «старший» коллектив «Быстрица», созданный в 1956 году. В 1987 года ему было присвоено звание «народный». В 2006 году ансамбль белорусской песни «Быстрица» отметил 50 лет со дня своего основания. Дважды коллектив принимал участие в съёмках телевизионной программы «Запрашаем на вячоркі» на белорусском телевидении в г. Минске. В 2006 году принял участие в Республиканском народном празднике «Дожинки-2007» в Бобруйске.

На территории агрогородка расположены: Горская сельская врачебная амбулатория, аптека, отделение связи и филиал АСБ «Беларусбанк», 3 магазина, осуществляющие торговое обслуживание населения, комплексный приемный пункт, оказывающий 8 видов различных услуг населению.

В агрогородке имеется средняя школа. Здание школы радует не только своим уютом, аккуратностью и ухоженностью, но и дизайном прилегающей к нему территории. В школе обучается 160 учащихся. Для ребят дошкольного возраста работает детский сад на 25 мест. В соответствии с реализацией Программы возрождения и развития села на 2005 – 2010 годы в музее открыт раздел «Развитие агрогородка «Горы», который состоит из творческих работ учащихся школы, фото-

выставки передовиков, возрождавших хозяйство, фотографий из истории и современности деревни Горы.

Шарило Елена Владимировна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Каданчик Г.Е., канд. философ. наук, доцент, доцент каф. истории и культурологии

Историко-культурное наследие Могилевщины - ресурсный потенциал развития познавательного экскурсионного туризма

Актуальность. В целях формирования конкурентоспособного туристического продукта в рамках Государственной программы развития туризма в Республике Беларусь на 2011-2015 годы намечена задача продвижения национальных туров и экскурсий на внутреннем и мировом рынках. Реализация программы предусматривает развитие сети туристических маршрутов, основанных на историко-культурном потенциале регионов.

Методика и содержание исследования. В историко-культурном наследии Могилевского края сплелись воедино традиции белорусской и российской культуры, нашедшие отражение в памятниках дворцово-парковой и усадебной архитектуры, культового зодчества. Могилевщина выступает на рынке экскурсионного туризма как регион с преобладанием культурных восточнославянских традиций в отличие от Западной Беларуси, где в памятниках архитектуры, искусства и истории ощутимо влияние западноевропейской тенденции [3].

В области насчитывается 2,3 тыс. памятников истории и культуры. В Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь включены 684 объекта: 334 памятника археологии, 125 – истории, 4 – искусства, 221 – архитектуры. На включение в Список объектов Всемирного наследия человечества претендует Свято-Никольский монастырь в Могилеве – памятник архитектуры барокко XVII в. Важнейшими историко-архитектурными памятниками региона также являются: дворцово-парковые и усадебно-парковые ансамбли в Жиличах, Грудиновке, Кричеве; комплексы монастырей и историческая застройка Мстиславля и его окрестностей (Пустынский монастырь XVI в., Тупичевский монастырь, иезуитский костел с монастырем нач. XVII в., Кармелитский монастырь Успения Матери Божьей XVIII в.), культовые сооружения Могилева, Бобруйская крепость, Быховский замок, Шкловская ратуша, историческая застройка к. XIX – нач. XX вв. в Могилеве, Бобруйске.

Следует отметить, что в области проводится большая работа по реставрации памятников историко-культурного наследия. В 2008 г. открылся для посещения дворец князя Потемкина в Кричеве, продолжается реставрация храмов Мстиславля.

Значительное место в историко-культурном наследии региона занимают также военно-исторические памятники и мемориальные ком-

плексы: мемориал «Буйничское поле», посвященный героической обороне Могилева в июне 1941 г., мемориальная часовня в д. Солтановка, возведенная в 1912 г. на памятном месте сражения Отечественной войны 1812 г., мемориальная часовня и памятник в честь победы русских воинов над шведами в 1708 г. в битве при д. Лесная (Славгородский район), мемориальный комплекс советско-польского боевого сотрудничества в д. Ленино Горецкого района, Усакинский партизанский комплекс в Кличевском районе и др.

С учетом познавательной ценности и сохранности историко-культурного наследия, уровня развития рекреационной инфраструктуры, транспортной доступности выделяются несколько групп туристско-экскурсионных центров Могилевской области:

- Могилев (перспективный туристско-экскурсионный центр международного значения);
- Бобруйск, Мстиславль (туристско-экскурсионные центры национального значения);
- Бельничи, Быхов, Горки, Кричев, Славгород, Шклов (туристско-экскурсионные центры регионального значения).

На территории области функционируют 24 государственных музея и их филиалы. Наиболее посещаемыми являются Могилевский краеведческий музей (61,8 тыс. посещений в 2006 году), Могилевский художественный музей имени Масленникова (22,9 тыс.), Бобруйский краеведческий музей (25,8 тыс.), Бельнический районный художественный музей им.В.К. Бельницкого-Бирули (9,5 тыс.).

В Могилевской области находится ряд памятных мест, связанных с жизнью известных деятелей истории и культуры: поэтов и писателей (М. Богданович, В. Дунин-Марцинкевич, М. Горецкий), ученых (А. Смолич, О. Шмидт), художников (В.К. Бялыницкий-Бируля, А. Маневич), политических деятелей (Шкловский район, д. Александрия – родина Президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко) [2].

На территории Могилевского края исторически сложились центры народных ремесел и декоративно-прикладного искусства: керамика – Бобруйск, Горки, Городок (Глусский район), Костюковичи, Кричев, Могилев, Мстиславль, Светиловичи (Бельнический район), Старый и Новый Дедин (Климовичский район), Чаусы; изразцы – Кричев, Мстиславль; костюм – Краснополье, Могилев. В области насчитывается свыше 1500 мастеров и умельцев различных жанров народных ремесел и декоративно-прикладного искусства. Действуют 6 домов ремесел (Бобруйский, Горецкий, Климовичский, Костюковичский, Круглянский, Осиповичский районы), свыше 170 кружков народных ремесел и декоративно-прикладного искусства. В окрестностях Могилева (д. Буйничи) создан музей «Белорусская этнографическая деревня XIX века», представляющий традиционную культуру белорусской деревни.

В тематической структуре экскурсионного обслуживания области доминирует военно-историческая тематика: маршруты «Солдатами были все» (мемориал на Буйничском поле), «Оборона города Могиле-

ва», «Героям 1812 г.» (д. Солтановка), «Мать Полтавской баталии» (д. Лесная), «Дорогой боевого содружества» (музей советско-польской боевой славы в п. Ленино). Регион обладает ресурсами для создания экскурсионных маршрутов по дворцово-парковым ансамблям, усадебным комплексам, развития экскурсионной темы «Эпоха классицизма на белорусской земле». Мстиславль и его окрестности («Белорусский Суздаль») претендуют на статус ведущего регионального центра паломнических путешествий и экскурсий по культовым сооружениям.

К сожалению, невысокий уровень развития гостиничного хозяйства Могилевской области ограничивает возможности активизации использования рекреационно-ресурсного потенциала региона во внутреннем и въездном туризме. Основная часть гостиничных предприятий сконцентрирована в Могилеве (50% гостиничного фонда региона), а также в Бобруйске. Небольшие гостиницы с минимальным набором услуг имеются во всех районных центрах области.

Полученные результаты. Таким образом, Могилевская область, обладая богатым историко-культурным потенциалом в рамках реализации Государственной программы, может создать современную конкурентоспособную туристическую индустрию, удовлетворяющую потребности гостей в ознакомлении с историей, культурой, традициями и обычаями, материальными и духовными ценностями белорусского народа. Сохранившиеся элементы самобытной традиционной культуры являются предпосылкой развития фольклорно-этнографического туризма.

Шарино Елена Владимировна, студент 3 курса, факультет бизнеса и права, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Научный руководитель – Каданчик Г.Е., канд. философ. наук, доцент, доцент каф. истории и культурологии

Природный потенциал Могилевского края и перспективы дальнейшего развития экотуризма

Актуальность. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011–2015 гг. в качестве приоритетных задач отмечает особую актуальность развития туристических направлений, основанных на природном потенциале страны, в т. ч. агроэкотуризма.

Методика и содержание исследования. Могилевская область – восточный регион Беларуси, обладающий богатым культурно-историческим и природным потенциалом для его дальнейшего развития. Для умеренно-континентального климата области характерна мягкая зима и теплое лето. Продолжительность зимнего комфортного периода со среднесуточной температурой от -15°C до -5°C и устойчивым снежным покровом составляет 45-50 дней, что позволяет развивать в северо-восточной части области зимние виды туризма и отдыха.

Кроме того, область имеет потенциал и для развития летних видов туризма. Продолжительность комфортного периода для летних видов

отдыха со среднесуточной температурой выше 15°C составляет около 60 дней. Благоприятный период для развития купально-пляжного отдыха с температурой воды выше 17°C в Могилевской области составляет 60-80 дней, наиболее высокие температуры воды отмечаются в июле [3]. Наиболее привлекательными природными объектами, составляющими ландшафтную основу формирования рекреационных систем региона, являются реки: Днепр, Березина, Сож, Друть, Птичь, Беседь, Проня. Могилевская область характеризуется относительно высоким показателем густоты речной сети (0,4 км/км. кв.), что способствует развитию походных форм водного туризма. Река Днепр на участке от Шклова до Быхова и Березина на всем протяжении в пределах области судоходны, что способствует развитию теплоходных путешествий.

В то же время озерный фонд Могилевской области незначителен. Он насчитывает 20 небольших водоемов, расположенных в основном среди болот. Мелководные зарастающие озера с топкими берегами не представляют существенной ценности для массовых видов оздоровительного отдыха, но могут быть использованы при организации экологического и рыболовно-охотничьего туризма. Крупнейшими озерами являются: Выгода (82 га), Возерское (75 га), Черное (56 га), Неропля (29 га), Вяхово, Дикое. Перспективным объектом экологического туризма является заказник на базе Дубовского каскада озер (Бобруйский район), созданный на площади 2289 га с целью охраны уникальных естественных ландшафтов долины реки Вир с несколькими озерами (Плавун, Вяхово и др.). Интерес у любителей природы и паломников вызывают культовые Польшковичская (Могилевский район) и Голубая криница (Славгородский район). Широкою известность имеет Польшковичская криница в окрестностях Могилева, вода которой отличается высоким содержанием магния и славится целебными свойствами. Криница издавна является объектом паломничества, в настоящее время имеет статус памятника природы республиканского значения.

Могилевщина имеет и лечебный рекреационный потенциал, который включает комплекс целебных микроклиматических факторов, а также месторождения минеральных вод и лечебных грязей. В настоящее время на территории области вскрыто 16 скважин минеральных вод и лечебных рассолов (Бобруйск, Могилев, Польшковичи, Мышковичи и др.), лечебные грязи представлены торфогрязями Еловицкого месторождения.

Следует отметить, что, обладая значительными бальнеологическими ресурсами, Могилевская область до Чернобыльской катастрофы занимала одно из ведущих мест в республике по количеству санаторно-курортных учреждений. Современная сеть санаторно-курортных учреждений и организаций отдыха включает 28 предприятий общей вместимостью около 4 тыс. мест. Ведущими здравницами региона являются «Санаторий им. В.И. Ленина» (500 мест, Бобруйск), санатории «Шинник» (200 мест, Бобруйский район), «Свислочь» (Осиповичский

район), санаторно-оздоровительный комплекс «Дубровенка» (160 мест, Могилевский район), детский санаторий в Лапичах (80 мест, Осиповичский район).

Для организации туристско-рекреационных занятий важным компонентом ландшафта являются леса (в области ими занято около 34% территории). Лесные массивы, благоприятные для рекреационного освоения, сосредоточены в центральной и северо-восточной частях области.

Кроме того, животный мир региона является ресурсным фактором развития экологического и охотничьего туризма. В области создано более 30 охотничьих хозяйств, значительная часть которых сосредоточена на территории Осиповичского, Быховского, Шкловского, Могилевского районов. Наиболее известны лесохозяйство «Тетеринское» (Круглянский район) и охотничья база «Глухариный ток» (Бельничский р-н).

Ресурсный потенциал дальнейшего развития экологического туризма составляют особо охраняемые природные территории и памятники природы Могилевщины. Среди 170 заказников местного значения выделяются четыре группы: торфяные, ландшафтные, клюквенные и гидрологические. Свыше 40% заказников концентрируются в семи юго-западных районах: Бельничском, Кличевском, Быховском, Бобруйском, Осиповичском, Глусском и Кировском.

При отсутствии на территории Могилевской области национальных парков и заповедников особое значение приобретают республиканские заказники (гидрологические «Заозерье» и «Острова Дулебы», ландшафтный «Старица») и памятники природы. Среди 15 памятников природы республиканского значения свыше 70% – ботанические. Область располагает уникальными памятниками садово-паркового искусства, среди которых наиболее известны дендрологический парк Белорусской сельскохозяйственной академии в Горках, Грудиновский, Жилицкий пейзажные парки (XIX в.). Перспективы развития экологического туризма связаны с планами создания Свислочно-Березинского национального парка площадью 68 тыс. га на территории Осиповичского и Кличевского районов в междуречье Свислочи и Березины.

Полученные результаты. К сожалению, развитие экотуризма в области затруднено радиационно-экологическим фактором, прежде всего в наиболее пострадавших южных регионах Могилевщины. Тем не менее богатое историко-культурное наследие и живописные природные ландшафты создают условия для дальнейшего развития санаторно-курортного обслуживания, экскурсионного, оздоровительного, спортивного туризма на эколого-безопасных территориях.

АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ

Авторы статей

Абросимова Инна Сергеевна	16	Исаченко Елена Валерьевна	174
Аветисян Мелик Размикевич	18, 20	Казакевич Ольга Ивановна	79
Агеенко Екатерина Николаевна	23	Казакова Владислава Борисовна	177
Акуленец Виктория Васильевна	26, 28	Казарез Марина Васильевна	317, 318
Алексеев Александр Владимирович	200	Калашникова Яна Андреевна	82
Алексенко Анжелика Александровна	359	Картавнева Екатерина Григорьевна	320
Алябьев Александр Витальевич	202	Картавнёва Екатерина Николаевна	85
Андрюк Юлия Васильевна	285	Кашкан Дарья Викторовна	361
Аннаев Ислам Шохрадович	30	Кириченко Ольга Дмитриевна	87
Аннамурадова Джамиля Сахатовна	33	Климова Екатерина Юрьевна	89, 91
Артох Елена Евгеньевна	160	Ковалев Евгений Николаевич	93
Банифатьева Любовь Николаевна	204	Ковалева Татьяна Викторовна	95
Белова Алеся Михайловна	162	Ковальчук Дарья Юрьевна	316
Бендерова Анастасия Александровна	35	Ковгар Наталья Сергеевна	322
Бобокова Елена Сергеевна	38	Кожан Полина Станиславовна	179
Богодяж Антон Петрович	287	Колеснёв Иван Викторович	216, 363
Бондарева Евгения Петровна	289	Кораневская Александра Сергеевна	98
Босякова Екатерина Александровна	206	Костенкова Татьяна Сергеевна	219
Ботяновская Кристина Анатольевна	164	Кочина Юлия Валерьевна	100
Бурдыко Елена Александровна	290	Кривошеева Анна Юрьевна	365
Буценко Максим Николаевич	40, 43	Крицкая Татьяна Николаевна	221
Валиев Вали Алхан Оглы	292	Кулахметова Зульфия Сябитовна	324
Варатынская Кристина Игоревна	46	Кулешова Ольга Александровна	103
Вероха Людмила Михайловна	294	Кунцевич Татьяна Викторовна	105
Волчек Александр Сергеевич	48	Курачева Анастасия Петровна	327
Гайдукова Наталья Евгеньевна	50	Курбанов Силап Ягшысахагович	223
Гвоздова Екатерина Николаевна	52	Кучерин Михаил Олегович	107, 110, 181
Глинистая Мария Александровна	208	Лагун Ольга Михайловна	225
Горова Анастасия Михайловна	54	Лациновская Екатерина Олеговна	184
Гордеюк Екатерина Олеговна	166	Лесовая Алеся Федоровна	112
Горова Ольга Евгеньевна	56	Леташкова Анастасия Валерьевна	227
Горохова Наталья Николаевна	58	Лешкова Дарья Александровна	329
Горяинова Марина Сергеевна	210	Липинская Кристина Александровна	330
Гранит Елена Викторовна	297	Логвинова Мария Олеговна	188
Данилюк Алексей Владимирович	211	Лодырева Анастасия Алексеевна	333
Дацкевич Галина Валерьевна	299, 302	Лойко Мария Вячеславовна	115
Денисова Елена Владимировна	304	Максимчик Анна Андреевна	335
Дерягина Екатерина Анатольевна	60	Малахова Юлия Андреевна	118, 120
Деченко Яна Петровна	62	Малей Татьяна Михайловна	367
Дрыга Анна Владимировна	63	Малейчик Екатерина Александровна	186
Дубинец Анастасия Владимировна	307	Миселя Наталья Сергеевна	122
Дударева Виктория Сергеевна	169	Можар Юрий Васильевич	229
Евдакимович Евгения Сергеевна	214	Моисеенко Анна Леонидовна	124
Жудро Кристина Петровна	309	Мороз Екатерина Валерьевна	125
Жук Елена Александровна	310	Нестеренко Анастасия Сергеевна	369
Зайцева Юлия Федоровна	66	Орешкина Ксения Сергеевна	127
Захарова Мария Сергеевна	68	Павлова Наталья Александровна	232
Зубрицкая Наталья Геннадьевна	313	Павловская Кристина Сергеевна	129, 132
Иванова Ирина Викторовна	71, 74	Панько Ольга Игоревна	235
Ильянова Мария Сергеевна	77, 171	Петрова Дарья Владимировна	237, 337

Петушкова Анна Александровна.....	133	Тимошенко Елена Сергеевна.....	262, 265
Пинчук Ольга Дмитриевна.....	239	Трикиша Валерия Анатольевна.....	194
Притульчик Инна Владимировна.....	241	Труханович Елена Владимировна.....	197
Прохоревич Юлия Владимировна.....	190	Туровец Екатерина Сергеевна.....	352
Пучкова Юлия Александровна.....	243	Федосенко Евгений Ильич.....	382
Радькова Юлия Петровна.....	244	Фролова Алеся Викторовна.....	139, 141
Раманова Наталья Валерьевна.....	246	Хомутинникова Алена Игоревна.....	144
Рандок Евгений Анатольевич.....	192	Цяглова Марина Юрьевна.....	267
Редько Ольга Николаевна.....	135	Чечко Лидия Михайловна.....	353
Ризванова Нигора Розиевна.....	247	Шабанова Кристина Владимировна.....	269
Рябенко Валентина Сергеевна.....	250, 371	Шалдаева Татьяна Николаевна.....	384
Сабирова Гузалия Ринатовна.....	339	Шарило Елена Владимировна.....	387, 389
Самодедов Степан Григорьевич.....	342	Шарснёва Марина Александровна.....	271
Сасалина Алёна Валерьевна.....	373	Шевалдина Галина Владимировна.....	146
Свирковская Елена Владимировна.....	252, 254	Шимоволос Екатерина Викторовна.....	149
Семененко Екатерина Сергеевна.....	136	Шматина Екатерина Александровна.....	151
Симако Марина Владимировна.....	375	Шпаковский Егор Михайлович.....	273
Слагада Полина Анатольевна.....	345, 347	Шпилевская Евгения Александровна.....	276, 278
Смоленцева Таисия Юрьевна.....	377	Шушлакова Ольга Валентиновна.....	356
Соловьёва Наталья Владимировна.....	349	Щербакова Екатерина Юрьевна.....	279
Ставинова Лидия Олеговна.....	257	Югасева Олеся Анатольевна.....	153
Тарасова Виктория Александровна.....	260	Юшкевич Александр Петрович.....	281
Тарасова Татьяна Александровна.....	261	Яскевич Алина Юрьевна.....	357
Темнышова Виктория Александровна.....	380	Яскевич Татьяна Сергеевна.....	156

Научные руководители авторов статей

Кафедры ВУЗов и факультетов Беларуси, России и др. стран

Бабынина Г.М., доцент каф. маркетинга и учетно-финансовых дисциплин.....	232, 235
Баранов А.В., ст. преподаватель каф. теории и истории государства и права, административного права	18
Евстигнеева Л.А., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. трудового права и права социального обеспечения.....	20
Исаева Т.А., ассистент каф. финансов и кредита	324, 359
Концевой П.А., преподаватель каф. правоведения	177, 190, 194
Кузнецов Ю.В., докт. с.-х. наук, доцент, зав. каф. землеустройства и земельного кадастра	304
Куницкая О.М., ст. преподаватель каф. финансового права и правового регулирования хозяйственной деятельности.....	151
Ломкин А.В., канд. экон. наук, доцент каф. истории народного хозяйства и экономических учений	377
Макаров И.И., канд. экон. наук, доцент, зав. каф. юридических дисциплин	144
Метрик Л.В., ст. преподаватель каф. экономики и МЭО в АПК	297, 339
Недохина О.М., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. финансов и контроля в сельском хозяйстве	299, 302
Некрасевич С.И., канд. экон. наук, доцент, зав. каф. управления	327
Новицкая М.В., ст. преподаватель каф. правоведения.....	98
Пакуш Л.В., докт. экон. наук, профессор, зав. каф. экономики и МЭО в АПК	211
Постолов В.Д., докт. с.-х. наук, профессор, зав. каф. землеустройства и ландшафтного проектирования.....	380
Руденко Е.В., канд. с.-х. наук, доцент, доцент каф. экономической теории	294, 353
Сафонова О.Н., канд. экон. наук, доцент каф. экономической теории и мировой экономики.....	333
Тарасевич Н.И., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. правоведения	48
Тоболич З.А., ст. преподаватель каф. экономики и МЭО в АПК.....	342
Трамбачева Т.Д., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. гражданского и хозяйственного права	35, 93, 124
Човган Н.И., канд. экон. наук, ст. преподаватель каф. экономической теории и экономики АПК	373
Чурейно О.И., ассистент каф. организации производства в АПК.....	313
Шмелева А.Н., докт. экон. наук, профессор, профессор каф. управления инновациями	261, 279

кафедра права факультета бизнеса и права

Буян М.Н., ст. преподаватель каф. права	58
Давыденко С.С., ассистент каф. права	52
Карачаев А.С., ст. преподаватель каф. права.....	135
Краснов В.Д., зав. каф. права	56, 89, 91
Кузьмич А.П., ст. преподаватель каф. права	26, 28, 54, 71, 74, 82, 118, 120, 139, 141, 153
Куницкий И.И., ст. преподаватель каф. права.....	40, 43, 63, 107, 110, 112, 115, 122, 125, 136, 149
Лазарчук Е.А., ст. преподаватель каф. права.....	16, 38, 68, 95, 100, 105, 133
Матюк В.В., ст. преподаватель каф. права.....	62, 146
Рылко Е.И., ассистент каф. права	23, 30, 85
Чернов А.В., канд. юрид. наук, доцент, доцент каф. права	66, 127, 156
Шапневский В.М., ст. преподаватель каф. права	33, 60, 103

кафедра истории государства и права факультета бизнеса и права

Герасимович А.А., канд. истор. наук, доцент, зав. каф. истории государства и права....	46, 50, 77, 87, 129, 132, 164, 166, 169, 171, 179, 192, 197
Можайский В.В., преподаватель каф. истории государства и права	181

Орлович Н.В., ст. преподаватель каф. истории государства и права.....	79, 174, 188
Трухнов И.М., ст. преподаватель каф. истории государства и права	160, 162, 186
Чепик В.Н., преподаватель каф. истории государства и права	184

кафедра маркетинга факультета бизнеса и права

Артёмко С.И., ст. преподаватель каф. маркетинга	206, 210, 227, 241, 260, 267, 273
Воробьева Н.Ф., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. маркетинга	214, 257
Ермоленко С.В., магистр экон. и упр., ассистент каф. маркетинга.....	262, 265, 269
Колеснёва Е. П., канд. экон. наук, доцент, проректор академии.....	225
Любешкий П.Б., зав. каф. маркетинга...202, 216, 223, 247, 250, 252, 254, 271, 276, 278, 281	
Напреева Н.С., магистр экон. и упр., ассистент каф. маркетинга	200, 204
Редько В.Н., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. маркетинга	239, 309
Третьяков В.П., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. маркетинга.....	229

кафедра агробизнеса факультета бизнеса и права

Васильев В.В., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса.....	243, 285, 356
Дулевич Л.И., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса.....	287, 317, 318, 335, 345, 347
Жук Н.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса.....	244, 330
Зимовой Р.П., ст. преподаватель каф. агробизнеса	292
Краснова Л.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса	246, 289, 320, 329
Лазарев Л.П., канд. с.-х. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса	349
Метрик А.А., ст. преподаватель каф. агробизнеса	208, 310, 322
Новикова А.Н., канд. экон. наук, доцент, доцент каф. агробизнеса	290
Тимаев А.А., канд. экон. наук, доцент каф. агробизнеса	352, 357
Фрейдин М.З., канд. экон. наук, профессор, зав. каф. агробизнеса	237, 337
Шалдаева Л.И., ст. преподаватель каф. агробизнеса	219, 316
Шутова С.В., магистр экон. и упр., ассистент каф. агробизнеса.....	221, 307

кафедра истории и культурологии факультета бизнеса и права

Глушакова Н.А., канд. истор. наук, доцент, декан факультета бизнеса и права.....	367, 375
Гусарова Г.А., канд. истор. наук, доцент, доцент каф. истории и культурологии..	365, 369
Каданчик Г.Е., канд. философ. наук, доцент, доцент каф. истории и культурологии ...	361, 363, 371, 387, 389
Радюк А.В., ст. преподаватель каф. истории и культурологии	382, 384

Научное издание

**«ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
МЕХАНИЗМА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В СФЕРЕ АПК»**

Сборник статей IX международной студенческой
научно-практической конференции
(г. Горки, 22-25 мая 2012 года)

Подписано в печать 29.11.2012 г.
Формат 60/90 1/16 Бумага для множительных аппаратов.
Печать ризографическая. Гарнитура «Times».
Тираж 50 экз. Усл. печ. л. 23,54 Уч. изд. л. 24,95

Отпечатано в отделе издания учебно-методической литературы, ризографии
и художественно-оформительской деятельности УО БГСХА
213407, г. Горки, Могилевской обл., ул. Мичурина, 5



**ФАКУЛЬТЕТ
БИЗНЕСА И ПРАВА
fbip@tut.by**