

Первые работы по кадастровой оценке начали проводиться после издания Приказа Государственного комитета по земельным ресурсам, геодезии и картографии Республики Беларусь от 10.03.1997 № 13 «Об утверждении Методических указаний по кадастровой оценке земель сельхозпредприятий». Изданные методические рекомендации послужили основой первых работ по кадастровой оценке в нашей стране и явились первым шагом на пути ее становления.

Кадастровая оценка земель, земельных участков населенных пунктов проводится по состоянию на 1 января года ее проведения (дата оценки). Земли оцениваются отдельно по каждому из видов их функционального использования (жилая многоквартирная, жилая усадебная, производственная, общественно-деловая и рекреационная зона), каждый из которых характеризуется особенностями расчета стоимости. Согласно белорусскому законодательству, кадастровая стоимость земли должна определяться не реже, чем 1 раз в 5 лет [2].

Таким образом, кадастровая оценка земель имеет огромное значение для государства и требует пристального внимания и регулирования.

Литература

1. Дудко В. Ф. Земельный кадастр. Горки: Белорусская сельскохозяйственная академия, 1994. 176 с.
2. Национальное кадастровое агентство // Официальный сайт ГУП «Национальное кадастровое агентство» [Электронный ресурс]. 2013. Интернет-адрес: <http://nca.by/rus/>.

РЫНОК ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМ ЗАНЯТОСТИ

А. О. Свиридо

В связи с переходом Беларуси к рыночным отношениям и развитием кризисных явлений в экономике, в современном белорусском обществе определяются особенности социально-экономических процессов. Поэтому в стране обострились существовавшие ранее проблемы занятости населения [8].

Одной из основных целей макроэкономической политики нашего государства является достижение высокого уровня занятости.

Как мы видим на диаграмме (рис. 1), в 2012 году численность занятого населения нашей республики весьма снизилась. В январе-сентябре 2012 г. в экономике республики было занято 4570 тыс. человек, что на 2,1 % меньше, чем в январе-сентябре 2011 г. [4].

За последние годы на национальном рынке труда сложилась ситуация, когда спрос на работников и количество имеющихся вакансий пре-

высили численность безработных. Но при этом почти 77 % имевшихся вакансий связаны с рабочими профессиями. Такое положение дел кардинально не меняется на протяжении ряда лет.

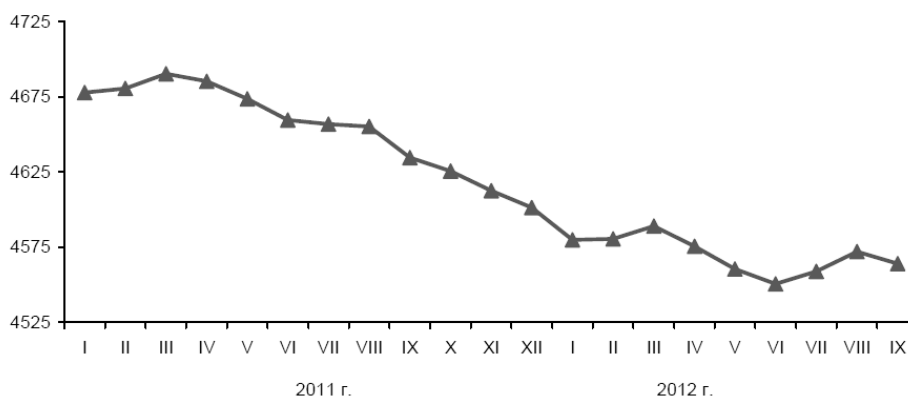


Рис. 1. Численность занятого населения Республики Беларусь: тысяч человек

На рынке труда востребованы работники строительных профессий, слесари, логисты, профессии, связанные с производством, топ-менеджеры, программисты, эйчары, прогнозисты, водители, среди специалистов – врачи, инженеры различных профилей, в сельской местности – механизаторы, трактористы, операторы машинного доения, животноводы, ветврачи, зоотехники, и др.

Наиболее остро в стране стоит проблема оттока квалифицированных специалистов в другие страны. В Республике Беларусь сегодня фиксируется отток как абитуриентов, так и квалифицированных специалистов [5]. Потоки выезжающих из Беларуси трудовых мигрантов направлены как в ближнее, так и в дальнее зарубежье. Как и прежде, основной поток направлен в Россию. Также граждане Беларуси выезжали в США, Польшу, Чехию и другие страны. Неприятно отмечать, что «уходить на сторону» стали сегодня молодые ученые, аспиранты и даже студенты. Молодая поросль, оценивая уровень оплаты научного и высококвалифицированного труда за рубежом и в Беларуси, видит, что разрыв в большинстве сфер значителен. Зачастую именно это и предопределяет мотивацию к миграции. Кстати, по данным центра, молодежь до 35 лет составляет примерно половину уехавших. В то же время 25–35 лет – возраст, наиболее продуктивный для научной работы. Таких в отечественной науке, в свою очередь, менее 12 % [1]. В последние годы Президентом и правительством принят ряд мер, направленных на качественное улучшение организации научной, научно-технической и инновационной деятельности, предотвращение неоправданных потерь высококвалифицированных кадров. Именно благодаря этому в последние годы в Беларусь стали возвращаться ученые, покинувшие ее несколько лет назад.

Для достижения эффективной занятости в стране требуется определенное время и дополнительные финансовые средства. В настоящее время предприятия выплачивают часть своих доходов для формирования фонда занятости. Предполагается, что эти отчисления будут расходоваться преимущественно на пособия по безработице работникам бюджетных учреждений на переобучение кадров и содержание служб занятости. Например, в Швеции существует механизм, где безработица заметно меньше, чем в других государствах с развитой рыночной экономикой. Там представляется система экономических льгот предприятиям, которые сами создают у себя дополнительные рабочие места и трудоустраивают высвободившихся работников, переобучая их. В награду такие предприятия могут освобождаться от части налогов, получать льготные кредиты под прирост рабочих мест и т. д. [2].

В нашей стране для регулирования занятости правительством разрабатываются специальные программы, которые предусматривают увеличение рабочих мест, организуются оплачиваемые общественные работы, переподготовка и обучение безработных новым профессиям, создаются благоприятные условия, стимулирующие миграцию работоспособного населения в те регионы страны, которые испытывают дефицит рабочей силы, создаются определенные мероприятия для обеспечения эффективной занятости, постепенно создаются проекты, которые помогают молодым специалистам поверить в свои силы и воплотить в жизнь заветные цели, не меняя прописки, создается система переобучения тех, кто потерял рабочее место или профессию [6, с. 645].

В заключении хотелось бы добавить, что важнейшим аспектом государственного регулирования рынка труда является забота государства о достижении в стране наиболее полной и эффективной занятости как важной социальной гарантии для экономически активного населения, механизм формирования которого будет постоянно совершенствоваться применительно к новым условиям развития рыночной экономики, формирования эффективной социальной политики [8].

Литература

1. Газета Рэспубліка [Электронный ресурс] / Здесь родился, за рубежом пригодился? Интернет-адрес: <http://www.respublika.info/4620/inner/article26894/>.
2. Государственная политика занятости в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Интернет-адрес: <http://www.bestreferat.ru/referat-125635.html>.
3. Интернет-адрес: http://mintrud.gov.by/ru/activity/new_url_1289468183/new_url_203696684.
4. Занятость населения и безработица [Электронный ресурс] / Интернет-адрес: http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/doclad/2012_10/14.pdf.

5. Информационно аналитический ресурс о системе высшего образования [Электронный ресурс] / Интернет-адрес: <http://www.edubelarus.info/uploads/ehea/negativ.pdf>.
6. *Кажуро Н. Я.* Основы экономической теории: учеб. Пособие. Мн., ООО «ФУ Аинформ», ООО «Мисанта», 2005. 645 с.
7. Особенности безработицы и политики занятости в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Интернет-адрес: <http://www.bestreferat.ru/referat-212105.html>.
8. Тонкости кредитования DebtExpert [Электронный ресурс] / Безработица и ее роль. Интернет-адрес: <http://www.debtexpert.ru/debts-293-1.html>.

РАЗРАБОТКА БРЕНДБУКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В КОНТЕКСТЕ МИРОВОГО ОПЫТА

А. В. Стаховец

В настоящее время компании уделяют большое внимание разработке и совершенствованию фирменного стиля с помощью такого инструмента, как брендбук.

Брендбук – это свод правил, которые устанавливают порядок использования всех элементов фирменного стиля компании.

Фирменный стиль – совокупность атрибутов (графика, цвет, аудио- и видео-элементы и пр.), которые обеспечивают единство и уникальность товара (услуги) и самой компании.

Брендбуки бывают двух видов: брендбук компании и брендбук конкретного продукта (услуги).

Брендбук выполняет ряд функций, а именно:

- регламентирует использование корпоративного стиля фирмы и его элементов во всех аспектах деятельности (при работе с поставщиками и партнерами при проведении рекламных кампаний и т.п.);
- дает общее описание компании (товара, услуги): цели, ценности, целевая аудитория и т.д.;
- обеспечивает узнаваемость товарной или торговой марки за счет единства в визуальном восприятии продукта или компании и выделения эксклюзивных характеристик;
- упрощает и унифицирует процесс оформления мест продажи товара и оформления деловой документации;
- облегчает работу маркетологов, которые четко должны представлять себе торговую марку, которую они продвигают (рекламируют).

Структура брендбука не является универсальной.

Приведем общую схему построения брендбука:

- общее описание бренда (философия, ценности, целевая аудитория, концепция бренда);