

- в статье 132 — органы местного самоуправления самостоятельно управляют муниципальной собственностью, формируют, утверждают и исполняют местный бюджет, устанавливают местные налоги и сборы, осуществляют охрану общественного порядка, а также решают иные вопросы местного значения;

- в статье 133 — местное самоуправление в Российской Федерации гарантируется правом на судебную защиту, компенсацию дополнительных расходов, возникших в результате решений, принятых органами государственной власти, запретом на ограничение прав местного самоуправления, установленных Конституцией Российской Федерации и федеральными законами.

Анализ также показывает, что в отличие от белорусского законодательства право местного самоуправления на судебную защиту зафиксировано в законодательстве большинства соседних государств. Часто оно содержится непосредственно в конституционных актах.

За последнее время в Республике Беларусь подготовлено несколько концепций реформирования действующей в Беларуси системы местного управления и самоуправления. Представляется, что содержащиеся в некоторых из них предложения по правовому выделению коммунальной собственности из государственной, осуществлению дальнейшей децентрализации управления, предоставлению местным органам самоуправления в Беларуси права судебной защиты заслуживают поддержки и реализации на практике.

*А.Ю. Хатько*

БТЭУ ПК (Гомель)

## **ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

Модель устойчивого развития, как и всякая общественная модель, представляет собой систему интегрированных компонентов, их существенных отношений и связей, отражающих основное содержание процессов сбалансированного социально-экономического и экологического развития. Устойчивое развитие предполагает положительную динамику изменения важнейших взаимосвязанных индикаторов (в триаде — население, хозяйство, природа), отражающих стабильное функционирование и сбалансированное поступательное движение социальной, экономической и экологической сферы. Беларусь как отдельно взятая страна нуждается в способах обеспечения устойчивого развития вследствие множества факторов: устаревшие технологии производств; снижение объемов производства; низкий уровень доходов населения; проблемы трудоустройства; экологические проблемы и др.

Все это порождает необходимость поиска инструментов обеспечения положительной динамики и стабильного развития всех указанных

сфер. Одним из признанных способов эффективного управления на микроуровне считается маркетинг. Эта концепция “рыночного” управления пользуется заслуженным успехом среди зарубежных и отечественных предприятий. В современных условиях наработано огромное количество методик, моделей, стратегий деятельности организации на рынке, разработаны и закреплены основные принципы маркетинга.

Одной из современных тенденций в науке является усиление интереса к региональным проблемам экономики, социальной и экологической сфер. Подобные проблемы относятся к мезо- и макроуровню и рассматриваются в рамках целого государства или отдельных территориальных единиц (муниципалитеты, области, регионы и др.). Маркетинг применительно к таким условиям трансформируется в особую систему обеспечения устойчивого развития территориальных образований, иначе — “территориальный маркетинг”.

Основным принципом классического маркетинга является удовлетворение нужд и потребностей потребителей конкретного товара, услуги. Социально-этичный маркетинг предусматривает одновременно с этим необходимость соблюдения оптимальных условий жизнедеятельности людей, общества в целом. Территориальный маркетинг охватывает все эти пункты более широко и задействует специфические инструменты воздействия на объект — регион, район.

*О.Г. Черненко*

БГЭУ (Минск)

## **ВОЗМОЖНОСТИ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ КАК ФАКТОРА ВЫВОДА ПРЕДПРИЯТИЙ В ЛИДЕРЫ**

Все белорусские промышленные предприятия долгое время развивались в условиях социалистической экономики в отрыве от мирового опыта управления крупными компаниями. Все это привело к значительному отставанию механизма хозяйственного управления, что является главным тормозом развития промышленности в целом и отдельных ее отраслей в частности.

Так, легкой промышленности Республики Беларусь необходимы технологическая модернизация, способствующая повышению уровня переработки сырья, рентабельности производства, внедрение международных стандартов, защита рынка от недобросовестной конкуренции и расширение интеграции в мировое производство товаров легкой промышленности. Коренные изменения должны коснуться и организационной структуры многих предприятий отрасли.

“Есть два вида компаний: те, что меняются, и те, что исчезают” (Ф. Котлер). Эта фраза показывает конечную цель изменений в промышленных компаниях, которую необходимо достичь. Необходимо не просто реформировать предприятия отрасли и обеспечить их прибыль-