

Слабое участие политических партий в политическом процессе обусловлено следующим: представительные органы всех уровней лишены реальных властных полномочий; действующее в Беларуси законодательство серьезно ограничивает возможность для политических партий использовать в своей деятельности внепарламентские средства политической борьбы, такие, к примеру, как демонстрации, пикеты, митинги, шествия [3, с. 29]; из-за слабой материальной и материально-технической базы большинство политических партий не имеет собственных средств массовой информации; в настоящее время рейтинг лидеров всех существующих политических партий невысок, что в значительной степени препятствует популяризации их и представляемых ими политических партий.

Таким образом, Белорусская многопартийная система на сегодня слабо развита, это связано прежде всего с самой ситуацией внутри страны. Необходимо провести в стране целый ряд законодательных изменений для перехода с мажоритарной на пропорциональную избирательную систему; позволить политическим партиям избираться на должности в системе исполнительной власти; ввести финансирование со стороны государства тех партий, которые набрали минимальное количество голосов избирателей, установленное законом. Только с такими изменениями может быть положено начало реальному демократическому развитию Беларуси.

Литература

1. *Котляров, И. В.* Феномен многопартийности в современном белорусском обществе / И. В. Котляров. — Минск, 2009. — 305 с.
2. Министерство юстиции Республики Беларусь: Сведения о политических партиях, зарегистрированных в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://minjust.by/ru/site_menu/about/struktura/obschestv/registr/politpart. — Дата доступа: 14.05.2015.
3. *Федута, А.* Политические партии Беларуси — необходимая часть гражданского общества : материалы семинара / А. Федута, О. Богуцкий, В. Мартинович. — Минск : Фонд имени Фридриха Эберта, 2003. — 113 с.

Д.С. Радчикова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.И. Сацукевич

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ОРНАМЕНТА В РЕБРЕНДИНГЕ БЕЛОРУССКОГО БИЗНЕСА

Белорусский орнамент на протяжении многих поколений был и остается символом белорусской нации. Однако орнамент не просто «изображение ромбовидной формы», а сложный шифр, своеобразный негласный язык белорусов.

319

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°.

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by/elib@bseu.by>

С развитием торгово-экономических отношений Беларуси с другими странами появилась необходимость в создании качественной рекламы. Орнамент стал ключевым элементом белорусской рекламы, ведь он прост в исполнении и привлекателен для покупателей. Белорусские товары всегда отличались особым качеством, однако теперь они стали более заметными на прилавках магазинов. Можно выстроить своеобразную логическую цепочку: орнамент — белорусское — качественное.

В своей работе я решила выяснить, как и почему возникло всеобщее внимание к национальному орнаменту как к элементу рекламы на белорусском рынке?

Поэтому целью моей работы было изучение рынка и определение значимости орнамента как элемента рекламы в белорусском бизнесе.

Свое исследование я начала с изучения орнамента как элемента белорусской культуры. Орнамент — неотъемлемая часть веры белорусского народа, его мировоззрения. Наши предки считали орнамент своеобразным оберегом [1, с. 10]. Известно множество историй, рассказанных старожилками, в которых орнамент, нашитый на рубашку или рушник человека, излечивал его от многих недугов [1, с. 13]. Также орнаменты на рубашке могли многое рассказать о ее обладателе. По орнаменту можно было определить пол, возраст, семейное положение и даже род деятельности человека.

Безусловно, в современной рекламе орнамент на упаковке не поведает нам о его качестве и не сбережет от сглаза. Однако все больше и больше компаний стали использовать орнамент в дизайне собственной упаковки.

Поэтому вторым этапом моего исследования был анализ продукции, в которой орнамент выступал в качестве элемента рекламы. Чаще всего товарами, которые используют орнамент в рекламе, являются товары пищевой промышленности. Среди них можно выделить алкогольные и безалкогольные напитки, кондитерские изделия и молочные продукты. Также среди компаний, которые используют орнамент в маркетинге, можно выделить компании, производящие косметическую продукцию и хозяйственные товары. Нельзя не отметить в данном рейтинге и сферу услуг.

Финальным этапом моего исследования был анализ мнений экспертов в сфере рекламы и бизнеса. Специалисты считают, что реклама, выполненная в белорусской тематике, больше воздействует на молодую аудиторию [2]. Руководитель ресурса marketing.by Сергей Скороход считает, что такая реклама более привлекательна. Елена Ранцевич, координатор Samsung по маркетингу в Беларуси, считает, что такой рекламы на рынке СНГ не так много, поэтому она привлекает внимание.

По завершении исследования я сделала вывод: орнамент нужен не только культуре, но и экономике. Реклама с использованием национального орнамента привлекает клиента, что поднимает продажи, а это в свою очередь благотворно сказывается на экономике нашей страны.

Литература

1. *Кацар, М. С.* Беларускі арнамент. Ткацтва. Вышыўка / навук. рэд. Я. М. Сахута. — Мінск : БелЭн, 1996. — 10—13 с.
2. Интернет-портал о маркетинге в Беларуси marketing.by [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://marketing.by>. — Дата доступа: 25.03.2015.

О.О. Сороко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — доктор исторических наук Н.Е. Аблова

ПОДПИСАНИЕ И РЕАЛИЗАЦИЯ СОГЛАШЕНИЙ «МИНСК — 1» И «МИНСК — 2»

Международное сообщество с самого начала вооруженного противостояния на Украине прилагает серьезные усилия для достижения мира. 5 сентября 2014 г. было достигнуто Минское соглашение о прекращении огня в двух восточных областях Украины.

Ключевыми пунктами соглашения являлись прекращение огня, отвод войск от жилых кварталов и обмен пленными «всех на всех». 19 сентября 2014 г. был подписан Меморандум об исполнении положений Протокола по итогам консультаций Трехсторонней контактной группы относительно шагов, направленных на имплементацию Мирного плана Президента Украины П. Порошенко и инициатив Президента России В. Путина. Тем не менее нарушения Протокола на востоке Украины продолжались, а с середины января 2015 г. боевые действия вновь возобновились.

В феврале 2015 г. Ангела Меркель, Франсуа Олланд, Петр Порошенко и Владимир Путин приняли Декларацию в поддержку комплекса мер по выполнению Минских соглашений, принятого Контактной группой по урегулированию конфликта на Украине. Комплекс мер включает 13 пунктов: незамедлительное и всеобъемлющее прекращение огня в отдельных районах Донецкой и Луганской областей Украины с 00:00 по киевскому времени; отвод тяжелых вооружений на равное расстояние обеими сторонами для создания зоны безопасности; мониторинг и верификацию ОБСЕ режима прекращения огня [1].

По сути, предыдущие соглашения мало чем отличаются от тех, которые были достигнуты в сентябре 2014 г. за исключением одного момента — теперь украинским властям предписано к концу 2015 г. провести конституционную реформу. Она предполагает в качестве ключевого элемента децентрализацию власти, учитывающую требования ДНР и ЛНР. В свою очередь это означает заморозку конфликта на востоке Украины и возникновение новой внутривосточной напряженности в Киеве, где соглашения Минск — 2 были восприняты весьма неоднозначно.