

галтерии. А на перспективу планировать приобретение второго персонального компьютера, чтобы осуществить комплексную автоматизацию. Компьютеры необходимо снабдить современным специализированным высокопроизводительным многофункциональным программным обеспечением, которое позволило бы сократить ручной труд, уменьшить потребность в кадрах, а также даст возможность вести учетную и аналитическую работу на высоком, более качественном уровне.

Е.Л. Кабушкина, ФЭУТ, 3-й курс, гр. ДГС-1
Научный руководитель – *И.В. Прыгун*, канд. экон. наук

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Реализация товаров потребительского назначения и оказание торговых услуг в Республике Беларусь осуществляется в соответствии с Гражданским кодексом Республики Беларусь, нормами международных договоров, действующих для республики, а также иным законодательством.

Основополагающим нормативным правовым актом является Закон «О защите прав потребителей», опубликованный в Национальном реестре правовых актов Республики Беларусь, 2002 г., № 10, 2/839 от 25. 01. 2002 г. Он регулирует взаимоотношения между гражданами как потребителями определенных товаров (работ, услуг) и организациями, индивидуальными предпринимателями, производящими и реализующими данные товары.

Данный закон состоит из 7 глав:

- глава 1 – общие положения;
- глава 2 – гражданско-правовая ответственность за нарушения прав потребителя;
- глава 3 – защита прав потребителя при продаже товара потребителю;
- глава 4 – защита прав потребителя при выполнении работ (оказании услуг);
- глава 5 – государственная защита прав потребителя;
- глава 6 – общественная защита прав потребителя;
- глава 7 – заключительные положения.

В нем содержатся такие базовые определения как потребитель, имущество потребителя, изготовитель, продавец, дорогостоящий товар, крупногабаритный товар, безопасность товара, качество товара, недостаток товара, существенный недостаток товара, гарантийный срок, срок годности, срок службы, срок хранения, документ, подтверждающий факт покупки товара, нормативный документ, устанавливающих требования к качеству товара.

Закон закрепил право потребителей на: просвещение в области защиты прав потребителей; необходимую и достоверную информацию об изготовителе, продавце и товарах; безопасность товаров; свободный выбор товаров; надлежащее качество товаров; возмещение в полном объеме убытков, причиненных вследствие недостатков товара; государственную защиту своих прав; общественную защиту своих прав; обращение в суд и другие уполномоченные государственные органы за защитой нарушенных прав или интересов; создание общественных объединений потребителей.

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О защите прав потребителей» за нарушение прав потребителя продавец (изготовитель, исполнитель) несет ответственность в соответствии с законодательством и (или) договором. Убытки, причиненные потребителю, подлежат возмещению в полном объеме сверх неустойки, установленной законодательством или договором. Уплата неустойки и возмещение убытков не освобождают продавца от исполнения возложенных на него обязательств перед потребителем. Продавец освобождается от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, если докажет, что неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств произошло вследствие непреодолимой силы, а также по иным основаниям, исключающим ответственность и предусмотренным законодательными актами.

Компенсация морального вреда, причиненного потребителю вследствие нарушения изготовителем (продавцом) прав потребителя, осуществляется причинителем вреда при наличии его вины. Она осуществляется в денежной форме независимо от подлежащего возмещению имущественного вреда.

Размер компенсации морального вреда определяется судом в зависимости от характера причиненных потребителю физических и нравственных страданий. Характер последних оценивается судом с учетом фактических обстоятельств, при которых был причинен моральный вред, и индивидуальных особенностей потерпевшего.

М.В. Калоша, ФМ, 3-й курс, гр. ЭК-1
Научный руководитель – *В.Я. Асанович*, д-р хим. наук

НОВЫЙ ПОДХОД В МОДЕЛИРОВАНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА

В то время, когда метеорологи пытаются понять поведение природы, политики – поведение избирателей, экономисты-маркетологи пытаются предсказать, как же себя ведет потребитель на рынке.

Существуют десятки моделей, которые описывают поведение потребителей. В совокупности они составляют единую систему под названием «Потребитель».