

вать условиям эксплуатации и установленным требованиям. Решения об отнесении технического устройства к средствам измерений и об установлении интервалов между поверками принимает Госстандарт нашей республики.

Измерения должны осуществляться в соответствии с аттестованными в установленном порядке методиками. Порядок разработки и аттестации методик выполнения измерений также определяется Госстандартом Республики Беларусь. Поэтому, для того, чтобы комплексно рассмотреть регулирование качества продукции (работ, услуг), необходимо детально изучить и проанализировать:

- качество продукции и средства его обеспечения;
- стандарты и технические условия;
- сертификацию продукции, а также процедуру и требования обязательной сертификации;
- метрологическую службу и государственный контроль за стандартами и средствами измерения.

<http://edoc.bseu.by>

БЕЛОРУССКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СОВРЕМЕННОЙ ПРЕССЕ

Пастернак М.И., студентка БФ БГЭУ
Руководитель: Г.С. Авакян

Особое место в формировании общественного мнения относительно предпринимательства занимают СМИ, и в частности пресса. Это связано со сравнительно высоким уровнем доверия населения к СМИ (что фиксируется во всех социологических исследованиях), с регулярным и массовым характером их воздействия на аудиторию. Исследование содержания (контент-анализ) белорусской прессы позволяет описать ряд конкретных характеристик образа предпринимателя и предпринимательства, создаваемого различными белорусскими газетами. Такое контент-аналитическое исследование было предпринято в 1999 году. Объектом явилась периодическая печать Беларуси республиканского уровня за период с 1 июня 1998 г. по 31 июня 1999 г. Таким образом, выборку периодических изданий составили: «Советская Белоруссия» («СБ.») – президентская газета, транслятор официальной, государственной точки зрения, «Белорусская деловая газета» («БДГ») – влиятельная негосударственная газета социально-экономической и общественно-политической направленности – и два журнала: государственный «Предпринимательство в Белоруссии» и негосударственный «Дело». Исследование предполагало ответить на вопросы: «Кто делает бизнес?» и «Каков Он – тот, который делает бизнес?»

Таким образом, можно констатировать.

1. Имидж предпринимательства в белорусской прессе неперсонифицирован. Основным субъектом активности в бизнесе выступает производственная структура – фирма, организация, – а не конкретный предприниматель, владелец собственного дела или управляющий, менеджер.

1. В процессе явно преобладает нейтральный тон в подаче материалов о предпринимательстве, газеты весьма осторожны в своих оценках и избегают как однозначно позитивных, так и резко негативных оценок.

2. Сферы предпринимательской деятельности, как их освещают газеты, ограничены узкими и традиционными рамками: материальное производство, торговля, банки. В тоже время без внимания остаются такие перспективные области предпринимательства, как строительство и операции с недвижимостью, связь и коммуникация, наука, информатика, туризм и т.д. СМИ следуют собственным стереотипам, освещая предпринимательство как новую «производственную» тему.

3. В социально-психологическом портрете предпринимателя, который представлен в прессе, доминируют деловые, а не морально-этические характеристики. Удельный вес сообщений, в которых уделяется внимание личности предпринимателя, сократился.

4. В абсолютном большинстве предприниматели описываются в контексте своего дела.

В целом паблисити работает не на то, чтобы открыть бизнес обществу, а на то, чтобы скрыть его: анонимные субъекты предпринимательства, спрятанные за коллектив или организационную структуру, безликие трудоголики, далекие от полноценной общественной жизни. Таким предстает бизнес в современной прессе.

НЕОБХОДИМОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЛИЗИНГА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Потапенко А.А., Русин А.А., студенты БФ БГЭУ
Руководитель: Г.Н. Гуца

Глубокие преобразования, происходящие в экономике под воздействием перехода к рыночным отношениям, коренные изменения условий хозяйствования в республике обуславливают необходимость поиска нетрадиционных методов обновления материально-технической базы, модификации основных фондов предприятия.

Одним из таких методов является лизинг. В пользу актуальности развития лизинга приведем 4 негативные тенденции:

1. в промышленности страны увеличивается износ основных производственных фондов;
2. около 60% всех основных технологий, применяемых сегодня в экономике Республики Беларусь, разработано еще до 1990 г.;
3. иностранные инвестиции имеют незначительный удельный вес в общих инвестициях в республике – порядка 4%;