

имущества и денежных ресурсов от возможных потерь и убытков.

Финансовый риск - это вероятность наступления ущерба в результате проведения каких-либо операций в финансово-кредитной сфере, осуществления операций с ценными бумагами. К финансовым рискам можно также отнести риск наступления косвенного финансового ущерба в результате наступления страхового события. Разновидностью финансового риска является также риск неплатежа по потребительскому кредиту, где одним из субъектов страхования может являться физическое, а не юридическое лицо. Финансовые риски могут также угрожать и физическим лицам.

Для защиты от рисков в мировой практике используются различные методы: как на уровне государственных программ, так и на уровне отдельно взятого субъекта. Одну из ведущих позиций при управлении финансовыми рисками занимает страхование.

Рыночные преобразования, происходящие в экономике республики Беларусь, влияют на изменение роли и места страхования в системе мер, обеспечивающих безопасность хозяйствующих субъектов, населения и государства в целом. Поэтому развитие отечественного страхового рынка становится одной из важных задач экономического реформирования страны. Ее решение направлено на обеспечение непрерывности общественного воспроизводства, стабильности экономики республики.

В практике отечественного страхования появляется новое для нашего страхового рынка предложение - страхование финансовых рисков. Однако предложение это столь незначительно, что не может обеспечить реальные потребности общества. Кроме того, страховые риски в финансово-банковской сфере могут быть настолько велики, что покрыть их отдельно взятая страховая компания просто не в состоянии. Поэтому заслуживает внимания опыт других стран в развитии таких видов страхования в частности создание страховых пулов.

Храмцова Ю. М., БГЭУ (Минск)

УНИФИЦИРОВАННОЕ КОЛЛИЗИОННО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ СОБСТВЕННОСТИ

Договорное коллизивно-правовое регулирование отношений собственности в рамках СНГ направлено на создание унифицированной правовой регламентации этих отношений и осуществляется на двух уровнях: многостороннем и двустороннем.

С момента образования СНГ между государствами-участниками было заключено значительное число двусторонних договоров о правовой помощи. Необходимо отметить, что в сфере регулирования отношений собственности эти договоры не содержат никаких дополнительных коллизийных формул, а полностью воспроизводят положения Конвенции от 22 января 1993 г.

Все эти договоры единообразно решают вопросы, связанные с установлением закона, подлежащего применению к праву собственности на транспортные средства, вносимые в государственные реестры, а также к возникновению и прекращению права собственности на имущество.

Необходимо акцентировать внимание на том, что ни многосторонние, ни двусторонние договоры не затрагивают вопросы о выборе права, определяющего возникновение права собственности на имущество вследствие приобретательной давности, регламентирующего право собственности на движимое имущество в пути по сделке, применяемого к защите права собственности. Эти коллизийные нормы не только

распространены в международном экономическом обороте, но и нашли свое закрепление в части третьей Модельного гражданского кодекса для государств-участников Содружества Независимых Государств.

За более чем десятилетний период действия договорного коллизионно-правового регулирования отношений собственности в СНГ оно не претерпело никаких модификаций, хотя необходимость таких изменений очевидна. Соглашение от 20 марта 1992 г. для рассматриваемых отношений выполнило свою роль переходного документа. Конвенция от 22 января 1993 г., предполагаемая при своей разработке как своеобразный «кодекс международного частного права», в этой сфере ограничилась лишь узким кругом коллизионных норм, число которых не всегда безупречно сформулировано. Кроме того, концепция коллизионного регулирования отношений собственности в Модельном гражданском кодексе более адекватна сложившимся отношениям, мировой практике и коллизионной доктрине, хотя данный кодекс имеет только рекомендательный характер для государств-участников СНГ. Коллизионные нормы двусторонних договоров, рассматриваемых как *lex specialis*, дублируют положения многосторонних договоров, что ставит под сомнение необходимость их существования в таком виде. В данной ситуации достаточно одного детально разработанного многостороннего договора.

Следовательно, выработка согласованных подходов в области унификации коллизионных норм института права собственности, устранение указанных противоречий и пробелов позволит обеспечить действие эффективного единообразного механизма правового регулирования отношений собственности в рамках СНГ.

Целикова Л.В., БТЭУПК (Гомель)

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБУВИ

Относительно быстрое обновление ассортимента связано как с влиянием моды, так и с появлением новых взаимозаменяемых и конкурентоспособных видов и моделей.

Была проведена оценка конкурентоспособности отечественной обуви с позиции потребителя на рынке региона в сравнении с импортной обувью. Полученные результаты социологического исследования свидетельствуют, что по уровню качества белорусская обувь не уступает обуви зарубежных аналогов. Данный положительный аргумент подтверждает и анализ рекламационных сведений на производстве и в торговле, анализ данных технического брака региональных предприятий и в целом по отрасли. Обувь белорусских производителей не фальсифицирована на рынке республики, изготавливается из высококачественного сырья при умеренной цене, ориентированной на средне-статистическую заработную плату. Резервом повышения ее конкурентоспособности должно стать более широкое использование маркетинга обувными предприятиями. Известно, что на западном рынке маркетинговые рычаги способны принести 25% успеха конкурентоспособности обуви. Отечественная обувь практически не рекламируется, чего нельзя сказать об импортируемой. Исследования показали, что в первую неделю после рекламы товарооборот в торговом предприятии «Аxsis» возрос на 24%, в то время как в анализируемом сегменте торговли за этот же период он остался прежним. Один рубль, вложенный в рекламу, принес 2,7 рубля прибыли, что, безусловно, выгодно.

Следует широко использовать неценовые факторы конкурентоспособности: дисконтные карты со скидками, бесплатную упаковку с современным фирменным дизайном, фирменный подарок и максимум внимания уделять потребителям со стороны вежливых продавцов в фирменной одежде. Фирменный цвет, стиль, знак, упаковка и