

- 3) продвижение товаров и услуг с помощью сообщества;
- б) *заработок на лайках и комментариях*. Доход можно получить:
- 1) делая репост записи рекламного или информационного содержания;
 - 2) вступая в группы и оставляя лайки;
 - 3) добавляя в друзья определенных пользователей;
 - 4) размещая видеоролики, файлы и картинки;
 - 5) оставляя комментарии и участвуя в обсуждениях;

в) *работа модератором*. Он занимается размещением на странице группы актуального контента (новостей, изображений, фото, аудио-видео файлов, важной тематической информации), поиском интересных вопросов для обсуждения участниками групп, следит за соблюдением правил обсуждений и принимает меры к нарушителям вплоть до их исключения, а также занимается привлечением новых участников в группу и отвечает на вопросы пользователей. Если группа популярна, а её посещаемость высока, модератору желательно присутствовать в сети регулярно, отвечая на вопросы пользователей и следя за порядком в обсуждениях [2];

г) *дизайн страниц и постов*. Каждой группе (неважно – коммерческого или информационного направления) требуется привлекательное оформление, уникальные аватарки и обложки, красочные изображения, понятное меню, удобная навигация и прочие приятные пользователям вещи. Вначале нужно искать работу самостоятельно, затем уже появятся постоянные клиенты или новые заказчики будут приходить по их рекомендациям. На начальном этапе главная задача – доказать клиенту, что с вашими услугами посещаемость его группы многократно возрастёт, а значит, увеличится доход от бизнеса;

д) *продажи товаров и услуг*. Любой товар можно продвигать и реализовывать с помощью сети ВКонтакте. Преимущества данной площадки очевидны – наличие платежеспособной аудитории, исчисляемой десятками миллионов человек в сутки.

Таким образом, заработок в ВКонтакте вполне реален и может приносить неплохой дополнительный доход или даже заменить основную работу. Главное – сделать первый шаг для организации весьма прибыльного и далеко не самого утомительного бизнеса.

Литература

1 Социальные сети в Беларуси [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <http://www.gemius.by> (дата обращения: 24.03.2017).

2 5 способов заработать на группе ВКонтакте [Электронный ресурс]. – 2017. – URL: <https://www.gdeikakzarabotat.ru> (дата обращения: 05.04.2017).

М. В. Николаенко

Науч. рук. А. П. Геврасёва,

канд. экон. наук, доцент

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ОСНОВ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Появление антимонопольного законодательства в нашей республике обусловлено необходимостью создания прочной юридической базы для реализации комплекса мер по предотвращению и ограничению монополистической деятельности, поощрению конкуренции и закреплению механизмов, позволяющих регулировать деятельность субъектов естественных монополий.

Антимонопольное законодательство Республики Беларусь формировалось в несколько этапов. В апреле 1992 года был создан первый белорусский антимонопольный орган – Комитет антимонопольного регулирования при Совмине, а 10 декабря 1992 года

принят первый Закон Республики Беларусь № 2034-ХІІ «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции». Позже антимонопольный орган дважды менял структуру и название. При этом в статусе Министерства по антимонопольной политике просуществовал буквально один год. В 1996 году антимонопольные функции были переданы в структуру Министерства предпринимательства и инвестиций. В 2001 году это министерство упразднили, а его функции в части антимонопольного регулирования передали Департаменту антимонопольной и ценовой политики (позже – Департаменту ценовой политики) в структуре Министерства экономики.

Существенные изменения белорусского законодательства о конкуренции предопределило подписание 9 декабря 2010 года в пакете договоренностей в рамках создания Евразийского экономического союза (ЕАЭС) Соглашения о единых принципах и правилах конкуренции. Вслед за этим в Республике Беларусь был принят Указ Президента Республики Беларусь № 114 «О некоторых мерах по усилению государственного антимонопольного регулирования и контроля» от 27 февраля 2012 года, а также разработан и введен в действие закон № 94-3 «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 12 декабря 2013 года [1].

Недавно начался новый этап в формировании института антимонопольного регулирования в Республике Беларусь – 8 сентября 2016 года вступил в силу Указ Президента Республики Беларусь от 3 июня 2016 года № 188 «Об органах антимонопольного регулирования и торговли», в соответствии с которым на базе Министерства торговли заработало новое Министерство антимонопольного регулирования и торговли (МАРТ). Создание антимонопольного органа является одной из мер экономической политики, согласованной с международными финансовыми организациями. В состав МАРТ переданы Департамент ценовой политики Министерства экономики, а также управления антимонопольной и ценовой политики облисполкомов и Мингорисполкома.

Анализ белорусских программ демонополизации экономики и антимонопольного закона показывает, что в республике произошла трансформация общественно-экономической системы, выразившаяся в усилении монополизма, приведшего к неэффективной экономике и отсутствию рыночной конкуренции. В качестве ключевой цели деятельности МАРТ относится решение проблемы защиты внутреннего рынка республики путем создания равных условий для всех его участников.

Литература

1 Официальный сайт Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.mintorg.gov.by> (дата обращения: 15.04.2017).

И. В. Новицова

Науч. рук. А. П. Геврасёва,

канд. экон. наук, доцент

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Уровень научно-технического прогресса, рост численности населения и потребления, увеличение объёмов мирового производства, быстрые темпы промышленного и экономического развития ведут к резкому ухудшению состояния экологии Гомельской области. Проблема решения вопросов, связанных с радиоактивным загрязнением территории, загрязнением поверхностных и подземных вод, почв, атмосферного воздуха, накоплением отходов производства и потребления, а также неблагоприятными гидрометеорологическими явлениями, остается актуальной.