

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учреждение образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

**XXXII РЕСПУБЛИКАНСКАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ**

Сборник материалов

Брест, 15 мая 2020 года

В двух частях

Часть 2

Под общей редакцией
кандидата физико-математических наук
А. Е. Будько

Брест
БрГУ имени А. С. Пушкина
2020

УДК 347.772

Рекомендовано редакционно-издательским советом Учреждения образования
«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

Рецензенты:

Г. Н. Казаручин, Т. А. Кисель, С. С. Клучук, Д. А. Петрукович,
Л. М. Садко, О. Я. Сливко, С. М. Храмов, Н. Р. Якубук

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАЩИТЫ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ
В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

А. В. АКУЛИЧ
Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – И. М. Барановская, канд. юрид. наук, доцент

Еще небольшой период времени тому назад, товарные знаки не играли такой значимой роли на рынке и не формировали так мировоззрение и систему ценностей общества, как сегодня. На данный момент, можно заметить, что ввиду широкой известности, нарабатанной репутации и приверженности потребителей эта категория объектов интеллектуальной собственности нуждается в особой правовой охране. Мирровая практика признания и использования товарных знаков насчитывает около ста лет, и за это время было выработано много действующих механизмов их правовой защиты.

Проблемам охраны и защиты товарных знаков уделялось внимание в работах Т. В. Белолушко, В. Ф. Читира, А. И. Золотухиной, Е. Г. Ивановой, Д. А. Колбасина, Т. А. Крох, С. А. Суларикова, С. С. Лосева, Т. В. Маевской, С. С. Романова, Н. Шапкова и др. Однако, несмотря на внимание к данной теме ученых-теоретиков и практиков, некоторые вопросы правового регулирования отношений в сфере оборота товарных знаков до сих пор остаются дискуссионными, все чаще указывается на необходимость совершенствования действующего законодательства с учетом международного опыта.

На протяжении всего периода эволюции правоотношений, средства индивидуализации в предпринимательской деятельности и в доктрине, и в актах законодательства существовали различные подходы в определении товарного знака.

Таким образом, несмотря на многообразие определений, в большинстве из них отражается сущностная характеристика товарного знака как наиболее эффективного средства индивидуализации, используемого участниками гражданских правоотношений для того, чтобы отличать свои товары (работы, услуги) от аналогичных товаров (работ, услуг) других лиц.

В Республике Беларусь, согласно ст. 1017 Гражданского кодекса, товарным знаком и знаком обслуживания признается обозначение, способствующее отличию товаров или услуг одного лица от однородных товаров или услуг других лиц [1].

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания» в качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные обозначения, включая имена собственные, сочетания плавтов, буквенные, цифровые, изобразительные, объемные обозначения, включая форму товара или его упаковки, а также комбинации таких обозначений. Иные обозначения могут быть зарегистрированы в качестве товарных знаков в случаях, предусмотренных законодательными актами Республики Беларусь [2].

Определение товарного знака практически во всех законодательствах мира сводится именно к индивидуализации производимых и продаваемых товаров без чего-либо обозначения структурного наполнения термина. Обратимся к нормам, устанавливающим правовую охрану товарных знаков.

Д 22

XXII Республиканская научно-практическая конференция
молодых ученых, Брест, 15 мая 2020 г. : сб. материалов : в 2 ч. / М-во образования Респ. Беларусь, Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; под общ. ред. А. Е. Булько. – Брест : БрГУ, 2020. – Ч. 2. – 241 с.
ISBN 978-985-22-0136-0 (ч. 2).
ISBN 978-985-22-0134-6.

В сборник включены материалы, посвященные решению актуальных научных проблем естественных, гуманитарных и общественных наук, а также проблемам обучения и воспитания.

Материалы могут быть использованы научными работниками, аспирантами, преподавателями и студентами высших учебных заведений, учителями школ.

УДК 378:001:061.3
ББК 74.584я431

ISBN 978-985-22-0136-0 (ч. 2)
ISBN 978-985-22-0134-6

© УО «Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина», 2020

ставила 0,9 % [2]. Чтобы воспользоваться картой, теперь не обязательно вставив ее в банкомат. Прием банковских платежей картой, теперь не обязательно вставлять NFC уже доступен в банкоматах Белгазпромбанка. Воспользоваться услугами банкоматами Белгазпромбанка смогут держатели карт UnionPay и MasterCard.

Таким образом, проанализировав динамику количества бесконтактных карт, можно говорить о том, что они приобретают все большую популярность и доверие у населения Республики Беларусь. Также развитие будет способствовать повышению уровня открытости и прозрачности экономики.

Одним из предложений по продвижению данного сегмента банковской инфраструктуры Беларусь. Это можно аргументировать тем, что безналичные расчеты в банкоматах в свою очередь имеют ряд преимуществ, таких как: все данные выносятся на сенсорном экране банкомата; отсутствие риска забыть карту в банкомате; тому что она все время находится у клиента в руках; банкомат также не выдает чека, он может быть получен только в виде электронного чека – путем ввода адреса электронной почты. Главное отличие бесконтактного банкомата – невозможность установить на него скимминговых устройств, считывающих ПИН-код и данные карты клиента. Применение технологии бесконтактных платежей позволяет существенно сократить время обслуживания клиентов в организациях торговли (супермаркет, общественном транспорте).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Национальный интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.by.by>. – Дата доступа: 04.04.2020.
2. Бесконтактные банкоматы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.by/news6559094.html>. – Дата доступа: 04.04.2020.

101
УДК 338.439.6

П. П. ЮХНЮК

Иркут, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – С. М. Токарчук, канд. геогр. наук, доцент

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ИНТЕРНЕТ-СОПРОВОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время в Республике Беларусь принят Закон «О производстве и обращении органической продукции» (от 9 ноября 2018 г., № 144-З), который носит фундаментальный характер, закрепляет и определяет содержание отношений, государственным регулирование в области производства и обращения органической продукции, требования к производству и обращению продукции. Данным законом актуализируются процессы положения производителей органической продукции, ее восстановление на внутреннем и внешнем рынках, целесообразности, организационной и перспектив развития. Перед заинтересованными лицами возникает проблема распространения информации и единообразного понимания деятельности в области органического сельского хозяйства, значения производимой и реализуемой фактором развития отрасли органической продукции.

Сегодня ведущим экономическим сдерживающим фактором развития отрасли органической продукции является существенная разница в себестоимости, розничной цене между традиционной сельскохозяйственной продукцией и органической в пределах от 30 до 100 %.

В ходе социологического исследования, осуществленного под руководством Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь, были определены наиболее значимые проблемы в отрасли: трудности в сбыте продукции, ее себестоимость, низкий спрос, нехватка опыта и квалифицированных специалистов, эффективная маркетинговая стратегия продвижения продукции [2].

Также для большинства людей рынок «органки» в стране пока не понятен. Массовый потребитель не разделяет понятия «продукт органический», «продукт фермерский», «крестянский», «деревенский». В ритейле на одних полках соседствуют товары «натуральный», «экологический», «фермерский». Данное обстоятельство негативно влияет на развитие производства и реализации органической продукции.

Направленность на то, чтобы стать более заметным на рынке, показать свои возможности и преимущества, интенсификация развития субъекта хозяйствования. Для этого используются разнообразные средства и каналы. Наиболее эффективными средствами являются интернет-присутствие производителя технологии, в том числе, как представляется перспективным направлением (по крайней мере в профессионах будущего для США), при помощи инструментарию облачных технологий веб-картографирования [1].

В экономическом и социальном пространстве все чаще появляются высказывания о большом значении некоммерческих проектов, которые направлены на решение социальных проблем. Проблема, которая генерирует все вышеописанные и ее решение представляется одним из первых, – это недостаток интернет-присутствия производителей органической продукции для их партнеров, инвесторов, потребителей органической продукции в стране и за рубежом. Таким образом, в настоящее время представляется оптимальным проектом, целью которого является организовать деятельность по созданию веб-

продуктов для целей увеличения присутствия органических продуктов в интернет-среде.

Веб-продукты (в т. ч. лендинги, географические карты) приобрели важное значение в бизнесе, в первую очередь в производстве, обмене (в т. ч. трансграничной торговле) и реализации товаров. Не является исключением сельское хозяйство, в том числе органическое. В настоящее время данные о производителях органической продукции в Беларуси представлены в текстовом либо табличном виде. Веб-продукты, содержащие социально-экономические и иного типа данные, позволяют наилучшим образом провести администрирование, а также стимулировать активность субъектов сельскохозяйственных и частных международных правоотношений.

Создание и разработка различных видов веб-продуктов должны, в первую очередь, осуществляться в зависимости от предпочтений фермеров. В настоящее время рядовой тана серия пилотных веб-проектов. Согласно проведенным опросам, среди производителей органической продукции и заинтересованных общественных организаций наиболее целесообразными в рассматриваемой сфере будут веб-продукты, содержанием которых являются интерактивные карты, паспорта, каталоги, галереи и портфолио. (См. также примеры работ и краткая характеристика веб-продуктов, представленных в таблице 1)

Таблица 1 – Разрабатываемые веб-продукты

Вид веб-продукта	Характеристика и примеры работ
Интерактивные карты	Электронные карты, предоставляющие геопривязанную информацию. Ссылка: www.atcgs.is/INM/5h
Интерактивные портфолио	Данные о заказчике (роль деятельности, опыт работы, похвалы, фотографии, вершины, наиболее выгодные сотрудники, референты) для предоставления потенциальным инвесторам и других целей. Ссылка: www.atcgs.is/04Ku1
Веб-анкеты	Форма с вопросами, направленная на последующие обработки социологических данных и управление ими. Ссылка: www.atcgs.is/1Xh10
Веб-галереи	Систематизированный материал, включающий текст, видео, аудио и фото, картографическую информацию, создаются с целью изучения и ред посещения потенциально интересную местность в удобном и эстетизированном формате
Веб-каталоги	Представление в наглядном виде спектра, направления деятельности субъектов хозяйствования, перечень производимой продукции, предоставляемых услуг. Ссылка: www.atcgs.is/9/SO
Веб-паспорта	Документально подтвержденные статистические сведения и изменения качества и количества и количественные сведения, а также параметры отобранной продукции не сам объект исследования, а условия его разведения, формирования и развития, взаимодействия его с другими объектами. Ссылка: www.atcgs.is/11hnp
Веб-приглашения	Разноплановый материал, созданный в целях привлечения внимания конкретных пользователей, групп людей и принятия ими решений. Тельного заключения
Веб-расылки	Новостной, важный, срочный материал для принятия действий и информирования в конкретной сфере

Поскольку социальные проекты реализуются в условиях рыночной экономики требуется расчет необходимых экономических составляющих [3]. Предполагается, что деятельность осуществляется без вложений инвестиционных средств, необходимых компьютер с доступом к сети Интернет, годовая подписка на пакет программного обеспечения.

ли, лицензионный активирован для обеспечения стабильности выполнения работ, лицензия РР-акция и личный лендинг. Вложений в недвижимость не потребуются, рабочие процессы будут производиться удаленно. В таблице 2 приведены затраты.

Таблица 2 – Затраты проекта

Наименование	Сумма, руб.
Нематериальные затраты	
Подписка на лицензионный пакет ПО	500
Лицензия (SEO-продвижение, кампания и стратегия) от белорусского рекламного агентства	300
Лендинг от белорусской веб-студии	210
Регистрация лицензионного активатора на 1 год	30
	1250

В случае развития проекта необходимо будет лицензионное программное обеспечение. В целом качество конечного продукта и его функциональные возможности не зависят от его использования. Лицензионные программы обеспечивают более удобные условия для разработчиков продуктов, а также возможность поддержки в проблемных случаях. Подписка и обновление лицензионного программного обеспечения должны осуществляться один раз в 12 месяцев.

В числе основных преимуществ реализации проекта – деятельность в пределах высокой ценовой доступности, клиентоориентированность, высокая степень отклика и интерактивности, использование собственных каналов реализации идей. Следовательными перспективами развития проекта можно определить, как (1) вероятность варьирования цен веб-продуктов, (2) помощь фермерам в разработке собственных продуктов через блок специализированных видеуроков и/или организация очных занятий для желающих овладеть знаниями, умениями и навыками создания веб-продуктов, (3) создание виртуального информационного портала «Производители органической продукции в Беларуси» для потенциальных потребителей продукции, субъектов хозяйствования и в целях развития интеграционных процессов между экологически дружелюбными сельскохозяйственными производителями, потребителями и другим.

Работа выполнялась при поддержке Министерства образования Республики Беларусь (студенческий грант на 2020 год), № ГУР 20200622.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Информационные технологии в экономике и управлении: учеб. для акад. бакалавриата / под ред. В. В. Трофимова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2016. – 482 с.
2. Развитие органического сельского хозяйства в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. – Международный форум «Беларуская неадзёла» (3.15 МБ). – Минск, 2019.
3. Социально значимый проект – что это такое? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://se-st.pl/2018/04/05/socially-significant-project-what-is-it/>. – Дата доступа: 11.04.2020.

или использование большой тематической игры также может носить ярко выраженный окраску в зависимости от пола занимающихся (например, для мальчиков – тематическая игра «Спасатели», для девочек – тематическая игра «Театр кукол»).

2. Все занятия проводятся совместно, но часть заданий имеет отличия для девочек и мальчиков. Этот вариант проведения занятий тоже имеет две разновидности:

– в подготовительной и заключительной частях занятия дети выполняют упражнения все вместе, а в основной части занятия они делятся на подгруппы в зависимости от пола, и каждая группа выполняет свое задание;

– на протяжении всего занятия дети выполняют упражнения вместе, но ряд упражнений предполагает разные варианты исполнения для мальчиков и девочек (например, в общеразвивающих упражнениях – исходные положения, в поlose препятствий условия преодоления препятствий: мальчики перелезают, девочки подлезают, в метаниях – расстояние до цели; в ритмической гимнастике – рисунок движений; в упражнениях на развитие силы мышц – дозировка). При этом варианте организации занятий для того чтобы не снижать моторную плотность, целесообразно иметь карточки задания, графически отображающие действия мальчиков и девочек.

Нормирование физической нагрузки в большей степени должно основываться на индивидуальных особенностях детей: состоянии здоровья, физической подготовленности, типе конституции. В этой связи в группе, как правило, всегда можно выделить несколько мальчиков (низкого уровня физической подготовленности), которым повышать физическую нагрузку следует постепенно. В то же время требования пологолового воспитания предполагают формирование у детей установки на то, что мужчина должен быть сильным, чтобы защищать слабых, уметь брать на себя ответственность. В этих условиях руководитель физического воспитания должен так сконструировать занятия, чтобы постоянно акцентировать внимание детей на том, что мальчики выполняют более трудные упражнения, тем не менее не несут вред здоровью детей.

Таким образом, занятия физическими упражнениями должны ориентироваться на пологолово поведение детей. Учет половых особенностей дошкольников позволит педагогу, организуяшему их двигательную деятельность, добиться высоких результатов, не нарушая ход становления личности, заложенный природой.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ноткина, Н. А. Оценка физического и нервно-психического развития детей раннего и дошкольного возраста / Н. А. Ноткина, Л. И. Казымина, Н. Н. Бойнович. – СПб.: Детство-пресс, 2008. – 234 с.
2. Давыдов, В. Ю. Методика преподавания оздоровительной аэробики / В. Ю. Давыдов, Т. Г. Коваленко, Г. О. Краснова. – Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2004. – 124 с.
3. Вочарова, Н. Некоторые вопросы дифференцированного подхода в физическом воспитании мальчиков и девочек / Н. Вочарова // Дошк. воспитание. – 1997. – № 12. С. 72-75.
4. Грядкина, Т. С. Образовательная область «Физическое развитие». Как работать по программе «Детство»: учеб.-метод. пособие / Т. С. Грядкина; науч. ред. А. Г. Гого-Бердизе. – СПб.: Детство-пресс, 2016. – 144 с.
5. Формирование физической культуры дошкольников в семье / М. И. Сервисс [и др.] // Физическая культура и спорт в жизнедеятельности дошкольников и учащихся молодежи: сб. науч. ст. – Красноярск: КГПИ, 1987. – С. 3-31.

СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

Ахунч А. В. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	3
Андрюкевич Е. Г. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	5
Бруцкий А. А. <i>Академия управления при Президенте Республики Беларусь</i>	8
Володюк П. А. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	11
Гуценюк Ю. В. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	14
Довранов Ф. Д. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	17
Дудчик А. И. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	20
Желк А. А. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	23
Жигушко Е. А. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	26
Жуков И. Г. <i>БрГУ имени Янки Купалы</i>	29
Зеневич А. Н. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	32
Зиминская А. С. <i>ВГУ</i>	34
Ивановская Е. В. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	36
Игнатенко А. С. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	38
Кипиальская В. О. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	41
Коледич О. А. <i>МГУ имени Д. Д. Кухишоа</i>	44
Коховец М. А. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	46
Куличук А. К. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	48
Кулькина Н. И. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	51
Леско А. Р., Зяневич А. Г. <i>БрГУ</i>	54
Лисёнок Д. А., Павловский Т. П. <i>ВГУ</i>	56
Ляхова Е. А. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	59
Ляшко А. А. <i>Национальный центр законодательства и правовых исследований Республики Беларусь</i>	61
Мальшен К. А. <i>БрГУ имени Янки Купалы</i>	64
Мартысюк Е. Ю., Капоша М. В. <i>БрГУ</i>	67
Махлякова М. В. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	70
Муха А. А. <i>БрГУ</i>	73
Негледская Д. Ю. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	75
Омельянович А. А. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	77
Павловский В. О. <i>ВГУ</i>	80
Пахомская А. О. <i>ВГУ</i>	82
Прокоток А. Г. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	85
Семелювич Н. Ю. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	87
Тивончик К. А. <i>Институт национальной безопасности Республики Беларусь</i>	89
Ткачава Д. В. <i>ВГУ</i>	91
Харкович М. В., Ковальчук К. А. <i>БрГУ</i>	93
Чаронко К. С. <i>ВГУ</i>	96
Шиванчук А. Д. <i>ПолесГУ</i>	99
Хукноч П. П. <i>БрГУ имени Д. С. Пухкина</i>	101

XXII РЕСПУБЛИКАНСКАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Научное издание

Сборник материалов

В двух частях

Часть 2

Подписано в печать 08.06.2020. Формат 60×84^{1/16}. Бумага офсетная.
Гарнитура Таймс. Ризография. Усл. печ. л. 14,07. Уч.-изд. л. 19,40.
Тираж 108 экз. Заказ № 156.

Издатель и полиграфическое исполнение:

Учреждение образования

«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»,
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий

№ 1/55 от 14.10.2013.

Ул. Мицкевича, 28, 224016, Брест.