

**О ПРАВОВОМ ОБЕСПЕЧЕНИИ РЕАЛИЗАЦИИ
ГРАЖДАНАМИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ
С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГЛОБАЛЬНОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ СЕТИ
ИНТЕРНЕТ**

Чиж И. М.

Республика Беларусь, г. Минск

Международный университет «МИТСО»,

доцент кафедры гражданско-правовых дисциплин

В продовольственном обеспечении страны значительный удельный вес занимает сельскохозяйственная продукция, выращенная (произведенная) гражданами на земельных участках, находящихся у них на законных основаниях для целей ведения личного подсобного хозяйства, коллективного садоводства, дачного строительства, обслуживания и строительства жилого дома и т. д. Так, личные подсобные хозяйства граждан выращивают (производят) около трети всей сельскохозяйственной продукции в республике. Однако, как показывает практика, граждане, в том числе граждане, ведущие личные подсобные хозяйства, имеют существенные проблемы с реализацией выращенной (произведенной) ими сельскохозяйственной продукции, что обусловлено отсутствием эффективной системы сбыта данной продукции, а также пространственной удаленностью ее производителей от покупателей. При решении указанных проблем, на наш взгляд, важная роль должна отводиться применению современных информационных технологий, посредством которых осуществляется продажа товаров в глобальной компьютерной сети Интернет (далее – сеть Интернет).

В настоящее время одним из наиболее распространенных видов электронной торговли является продажа товаров через интернет-магазины. Между тем, в соответствии с правилами осуществления розничной торговли по образцам через интернет-магазины, которые утверждены постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31, сельскохозяйственную продукцию могут реализовывать только юридические лица и индивидуальные предприниматели, выращивающие (производящие) данную продукцию. Следовательно, если граждане не занимаются индивидуальной предпринимательской деятельностью по выращиванию (производству) сельскохозяйственной продукции, то они не могут продавать указанную продукцию через интернет-магазины.

Не имеют право реализовывать сельскохозяйственную продукцию посредством интернет-магазинов и граждане, ведущие личное подсобное хозяйство, поскольку, согласно ч. 2 ст. 3 Закона Республики Беларусь от 11 ноября 2002 г. № 149-З «О личных подсобных хозяйствах граждан», эта деятельность граждан не относится к предпринимательской. Данное обстоятельство, по мнению автора, выступают сдерживающим фактором для развития личных подсобных хозяйств граждан. Одним из способов решения указанной проблемы, на наш взгляд, является предоставление гражданам, ведущим личные подсобные хозяйства, возможности реализовать выращенную (произведенную) ими сельскохозяйственную продукцию посредством использования сети Интернет аналогично тому, как это разрешено делать физическим лицам, осуществляющим ремесленную деятельность.

В соответствии с абз. 2 ч. 1 подп. 1.5 п. 1 Указа Президента Республики Беларусь от 9 октября 2017 г. № 364 «Об осуществлении физическими лицами ремесленной деятельности» физические лица, осуществляющие ремесленную деятельность, вправе реализовывать изготовленные ими товары с применением рекламы в сети Интернет путем пересылки почтовым отправлением (в том числе международным), доставки по указанному потребителем адресу любым видом транспорта. При размещении рекламы в сети Интернет должна быть указана информация о товарах (наименование и цена товара, его потребительские свойства и т. п.), продавце, цене и способах доставки. В рекламе, размещенной в сети Интернет, в отличие от интернет-магазина, отсутствует возможность осуществить заказ на приобретение товаров и наличие кнопки «купить», «заказать», «положить в корзину». Покупатель, заинтересованный в приобретении товара, связывается с продавцом по указанным в рекламе контактам и договаривается о покупке конкретного товара, его цене и способах доставки. Следует отметить, что при этом нет необходимости в регистрации специального интернет-сайта для размещения указанной рекламы, поскольку она может быть размещена на любых интернет-ресурсах, в том числе в социальных сетях. Таким образом, для реализации товаров с применением рекламы в сети Интернета требуются минимальные финансовые затраты, в то же время значительно расширяется круг потенциальных покупателей, что, в свою очередь, способствует увеличению объемов продажи товара.

Учитывая положительные аспекты продажи товаров в сети Интернет, автор полагает, что целесообразно закрепить на законодательном уровне право граждан, ведущих личное подсобное хозяйство, реализовывать выращенную (произведенную) ими сельскохозяйственную продукцию с применением рекламы в сети Интернет. В связи с этим следует ч. 2 ст. 6 Закона Республики Беларусь от 11 ноября 2002 г. № 149-З «О личных подсобных хозяйствах граждан» после слова «договорам» дополнить «, а также с применением рекламы в глобальной компьютерной сети Интернет, путем доставки по указанному потребителем адресу любым видом транспорта». Внесение данных изменений будет способствовать развитию личных подсобных хозяйств и направлено на выполнение положений Директивы Президента Республики Беларусь от 4 марта 2019 г. № 6 «О развитии села и повышении эффективности аграрной отрасли» об осуществлении устойчивого развития территорий сельской местности и стимулировании занятости сельского населения.

Автор полагает, что, исходя из сложившейся практики в области реализации гражданами сельхозпродукции в сети Интернет, существует объективная необходимость закрепления в нормативных правовых актах нормы, устанавливающей право граждан продавать сельскохозяйственную продукцию, выращенную (произведенную) ими на земельных участках, находящихся у них на законных основаниях, с применением рекламы в сети Интернет. Считаем, что данная норма должна быть установлена в Указе Президента Республики Беларусь от 17 июля 2014 г. № 347 «О государственной аграрной политике».

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что в целях совершенствования правовой регламентации рассматриваемых отношений и устранения существующих пробелов в законодательстве необходимо закрепить в нормативных правовых актах право граждан реализовывать выращенную (произведенную) ими сельскохозяйственную продукцию с применением рекламы в сети Интернет. В связи с этим целесообразно:

1. Часть 2 ст. 6 Закона Республики Беларусь от 11 ноября 2002 г. № 149-З «О личных подсобных хозяйствах граждан» после слова «договорам» дополнить «, а также с применением рекламы в глобальной компьютерной сети Интернет, путем доставки по указанному потребителем адресу любым видом транспорта».

2. Указ Президента Республики Беларусь от 17 июля 2014 г. № 347 «О государственной аграрной политике» дополнить нормой

о том, что граждане вправе продавать сельскохозяйственную продукцию, выращенную (произведенную) ими на земельных участках, находящихся у них на законных основаниях, с применением рекламы в сети Интернет.

О СТАНОВЛЕНИИ И ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ МЕДИАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Шишковец И. И.

Республика Беларусь, г. Минск

Международный университет «МИТСО»,

доцент кафедры уголовно-правовых дисциплин,

кандидат юридических наук

Развитие современных рыночных отношений, усложнение социально-экономических отношений, вовлечение в сферу экономики новых субъектов объективно приводят к возникновению между ними противоречий, споров и конфликтов, что обуславливает востребованность эффективных способов их урегулирования, прежде всего медиации. Медиацию справедливо относят к неюрисдикционным способам, основу которых составляют примирительные (консенсуальные, согласительные) процедуры, противопоставляемые третейскому суду (арбитражу) [1, с. 43]. В результате применения медиации стороны приходят к соглашению об урегулировании спора (конфликта), а также самостоятельно определяют свои позитивные будущие отношения, прекращая спор (конфликт).

Данные обстоятельства актуализируют внимание к медиации, ее становлению и перспективам развития.

Медиация (от лат. *mediare* и англ. *mediation* – посредничество) – примирительная процедура, в основе которой лежат переговоры конфликтующих сторон с участием медиатора (посредника) с целью выработки взаимовыгодного соглашения сторон по спорным вопросам [2]. В соответствии со ст. 1 Закона Республики Беларусь «О медиации» медиация – это переговоры сторон с участием медиатора в целях урегулирования спора (споров) сторон путем выработки ими взаимоприемлемого соглашения [3]. В этих определениях отражаются такие структурные элементы медиации, как посредничество и переговоры, которые рассматриваются