

model of socio-economic development, modernization of the industrial complex, as well as the solution of any economic problems is possible only if information uncertainty is taken into account, as well as the potential impact through information technology.

Литература

1. Солодовников С. Ю. Современная экономика – экономика рисков / С.Ю. Солодовников // Друкерровский вестник. – 2019. – №. 5. – С. 43-56.
2. Поддубная, Т. Н. Влияние СМИ на общественное мнение / Т. Н. Поддубная, Д. В. Лопаткин // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. – 2018. – Т. 2. – С. 248-251.

TRANSPORTAGENTUR IN DER TRANSPORTLOGISTIK

Ивчин М. В.

Научный руководитель: ст. преподаватель Гасова О. В.
Белорусский национальный технический университет

Die Tätigkeit von Beförderern fast aller Transportarten auf dem Territorium eines ausländischen Staates ist ohne Hilfe spezieller Transportvermittler – Agenten – praktisch unmöglich. In einem fremden Land ist es für einen Spediteur schwierig und manchmal unmöglich, seine Fahrzeuge zu bedienen, seine Transportdienstleistungen zu verkaufen und alle Gesetze des Staates strikt zu achten. Daher geht der Beförderer ein Vertragsverhältnis mit Agenten ein.

Mit der Entwicklung des Welthandels hat die Rolle des multimodalen internationalen Transports mit zwei oder mehr Verkehrsträgern zugenommen. Je komplexer das Transportsystem ist, desto wichtiger ist die Rolle des Transportagenten. Seine Mitwirkung ist bei der Frachtabfertigung in Häfen und Straßenübergängen, Grenzbahnhöfen und Terminals, Bahnhöfen und Lagerhäusern in verschiedenen Ländern erforderlich.

Transportagentur ist eine Art der Speditionstätigkeit, die in der Erbringung von Speditionsdienstleistungen durch Transportagenten besteht [1].

Im Rahmen eines Agenturvertrags verpflichtet sich eine Partei, der Agent, gegen Entgelt, im Namen der anderen Partei, des Beförderers (Auftraggebers), rechtliche und sonstige Handlungen im eigenen Namen, jedoch auf Kosten des Auftraggebers durchzuführen, oder im Namen des Auftraggebers und auf Kosten des Auftraggebers.

In vielen Ländern regelt die Gesetzgebung den rechtlichen Status eines Transportagenturvertrags.

Der Agenturvertrag kommt zwischen dem Beförderer und dem Agenten zustande. Im Rahmen dieses Vertrags beauftragt der Beförderer den Agenten, einen Kunden zu finden, der die Ware liefern muss, und mit ihm einen Beförderungsvertrag abzuschließen. Der Agent kann einen Beförderungsvertrag direkt mit dem Absender oder mit einem Spediteur im eigenen Namen oder im Namen des Beförderers abschließen [2].

Der Transportagenturvertrag wird durch die Gesetzgebung der Republik Belarus nicht geregelt, seine Verwendung in den inländischen Beziehungen der Subjekte ist jedoch nicht verboten und er kann in der Außenwirtschaftstätigkeit angewendet werden. Ein Agenturvertrag ähnelt aus Sicht der belarussischen Gesetzgebung einem Geschäftsbesorgungsvertrag und einem Provisionsvertrag, daher gelten für ihn die allgemeinen Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuchs der Republik Belarus über Verträge [1].

Abhängig von der Vereinbarung zwischen dem Agenten und dem Auftraggeber kann der Agent handeln:

- im eigenen Namen, jedoch auf Kosten des Auftraggebers (in diesem Fall erhält der Muster-Agenturvertrag ähnliche Merkmale wie der Provisionsvertrag);
- im Namen und auf Kosten des Auftraggebers (in diesem Fall schließt er den Geschäftsbesorgungsvertrag ab) [3].

Der Agenturvertrag kann von den Parteien sowohl für einen bestimmten Zeitraum (Befristungsvertrag) als auch ohne Festlegung der Vertragslaufzeit (unbefristet) abgeschlossen werden.

Der Agent stellt dem Beförderer Fortschrittsberichte zur Verfügung. Der Vertrag regelt die Form der Berichte, das Verfahren und die Fristen für deren Einreichung. Sind die Fristen für die Einreichung von Berichten nicht im Vertrag festgelegt, so übersendet der Agent diese nach Abschluss der einzelnen Arbeiten an den Beförderer.

Agenturdienstleistungen sind mit der Spedition eng verbunden. Die Hauptaufgabe des Agenten und des Spediteurs ist dieselbe – es ist die Suche nach einem Partner und der Abschluss eines Beförderungsvertrags. Somit kann der Spediteur ein Agent sein, und der Agent kann im Gegenteil die Funktionen eines Spediteurs ausführen [4].

Der Unterschied zwischen den Tätigkeiten eines Spediteurs und eines Transportagenten besteht darin: der Verantwortungsbereich des Spediteurs ist die Beförderung von Gütern und der Verantwortungsbereich des Agenten ist der effiziente Kraftfahrzeugbetrieb.

Auf solche Weise ist die Transportagentur zurzeit sehr wichtig. Die Rolle der Transportagentur nimmt aufgrund der steigenden Zahl internationaler

Güterverkehr von Jahr zu Jahr zu. Transportagenten vereinfachen die Tätigkeit von Transportunternehmen im internationalen Gütertransport erheblich.

Литература

1. Пильгун, Т. В. Транспортная логистика. В 2 ч. Ч. 1 / Т. В. Пильгун ; Белорусский национальный технический университет, Кафедра "Экономика и логистика". – Минск : БНТУ, 2017. – 78 с.

2. Логистика и управление цепями поставок на транспорте : учебник для вузов / И. В. Карапетянц [и др.] ; под редакцией И. В. Карапетянц, Е. И. Павловой. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 362 с.

3. Новаков, А. А. Логистика в деталях : учебное пособие / А. А. Новаков. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. – 528 с.

4. Пузанова, И. А. Интегрированное планирование цепей поставок / И. А. Пузанова, Б. А. Аникин ; под редакцией Б. А. Аникина. – Москва : Издательство Юрайт, 2022. – 319 с.

PAN-EUROPEAN ADVERTISING

Исаенко М.А.

Научный руководитель: доцент Хоменко Е.В.

Белорусский национальный технический университет

Society is not such a homogeneous structure, it has different groups and individuals, however, for successful activity, a professional manager must (will) look for an approach to each group. For advertising to be successful, its reach must be as wide as possible. Therefore, the activities of an advertising agent should first of all be aimed at studying the target audience.

Let's define advertising. Advertising is a form of communication used to persuade an audience to take some action, usually with respect to a commercial offering, such as an item for sale or a service. The main purpose of advertising is to increase the volume of sales of goods and services.

We can say that there are 4 main types of advertising. Different types of ads work better for different types of products, services, and brands. Because of that specialist has to know the peculiarities of each type of ads. The following categories cover the majority of all digital advertisements. They also are not all mutually exclusive.

The following types of advertising can be distinguished in such a way: informational, persuasive, comparative, reminiscent. Informational advertising is the best solution for new goods and service on the market. It's used for bring the