

ПРАВОВІ ТА МОРАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СМЕРТНОЇ КАРИ

Піка А.М., гр.ТР-51

Науковий керівник – ст. викл. **Л.М. Іщук**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Однією з проблем у кримінальному праві, хвилюючою не тільки юристів, але і все суспільство, що викликає безліч дискусій, суперечок і дебатів була і залишається проблема смертної кари.

Смертна кара – це вбивство, яке здійснюється державою в межах права його на легітимне насильство. Її можна назвати узаконеним убивством, яке здійснюється за вироком суду. В даний час її актуальність пов'язана також і з тим, що зараз багато держав йдуть на пом'якшення законодавства, при цьому скасовуючи і смертну кару. У зв'язку з цим виникає питання про правомірність і допустимість застосування смертної кари, а також про її необхідність та доцільність.

У процесі трансформації українського суспільства засвоюються норми та цінності цивілізованих країн в тому числі і правові.

У квітні 2000 року український парламент прийняв новий Кримінальний кодекс України, який змінив смертну кару на довічне позбавлення волі. Необхідність відміни смертної кари визнана прагненням України увійти в сім'ю європейських народів як повноцінної держави. Тим паче, що цього потребують обов'язки України перед Радою Європи, в яку вона увійшла 9 листопада 1995 року, а 17 липня 1997 року ратифікувала Європейську Конвенцію про захист прав людини, узявши на себе зобов'язання запровадити негайний мораторій на всі страти і цілком відмінити їх .

Намагаючись переконати людей в необхідності пом'якшення міри покарання слід перш за все приводити доводи про наявність безлічі судових помилок, про неприпустимість страти з точки зору людей, які мають у суспільстві високий морально-релігійний авторитет. Слід також активно використовувати аргумент про необхідність дотримуватися Україною свої зобов'язання перед Радою Європи в області законодавства. Це найбільш переконливі аргументи.

Питання про смертну кару одно з найгостріших у правосвідомості. Рішення про її скасування – важливе свідчення трансформації правової культури суспільства. Стабілізація влади, розвиток національної державності буде сприяти зміцненню соціальних і правових норм, дозволить полегшити процес переконання громадськості проти смертної кари.

ПІДПРИЄМСТВА МЕРЕЖНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В СУЧАСНІЙ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Помінова С.І., гр. МВ-29

Науковий керівник – канд. екон наук, доц. **І.О. Давидова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Розвиток мережної інфраструктури надає переваги як для споживача, так і для виробника, забезпечуючи виконання основних своїх функцій. Головна з них полягає у поліпшенні використання ресурсів всіх суб'єктів економіки, у підвищенні їх гнучкості і адаптивності, якості прийнятих рішень. Так, для фірми переваги полягають у: скороченні витрат на збут, рекламу і створення роздрібною мережі; зменшення витрат на зберігання запасів готової продукції при постачаннях “під замовлення”; оптимізації системи забезпечення ресурсами. Для споживача у: зниженні ціни (фактично продукція реалізується на роздріб за оптовими цінами); можливості кастомізації товару, тобто покупка продукції індивідуалізується, він створюється із наперед обумовленими особливостями); збільшенні множини споживчого вибору; спрощенні процедури купівлі-продажу.

У зв'язку з розвитком електронної комерції слід зазначити зростаючі можливості здійснення цінової дискримінації, оскільки виробник або продавець товарів отримує більший обсяг інформації відносно своїх потенційних клієнтів, їх фінансових можливостей. Йдеться, перш за все, про цінову дискримінацію першого ступеня, або досконалу цінову дискримінацію, коли виробник продає кожну одиницю товару кожному покупцеві за його резервованою ціною, тобто по максимальній ціні, яку споживач готовий заплатити за дану одиницю товару. Весь надлишок споживача в даному випадку привласнює виробник, і споживчий надлишок повністю зникає. У реальному житті така ситуація майже неможлива, оскільки необхідна умова цінової дискримінації – повна обізнаність виробника про готовність платити кожного потенційного споживача. Проте інформаційна інфраструктура підвищує міру обізнаності виробника і збільшує можливість здійснення цінової дискримінації першого ступеня.