

Список литературы

1. Дмитриева Л.М., Азарова Е.В., Марочкина С.С., Введение в специальность. Реклама: учебное пособие – Юнити-Дана, 2012. – 239 с.
2. Информационно - справочный портал «Индустрия рекламы».
3. Ростовцев А.И. Понятие рынка рекламы. – М., ГУУ. – 2002

УДК 338.46(470)

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН

Шаршаков Ю.В., аспирант

Научный руководитель – Сорвилов Б.В., д-р экон. наук
Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины
г. Гомель, Беларусь

Создание эффективной экономики является главной стратегической целью развития страны. Наиболее реальный способ достижения этого – эффективное, поступательное развитие всех отраслей рыночной экономики в Беларуси, и в том числе входящих непосредственно или обслуживающих рекреационный комплекс страны.

Успехи проводимой в настоящее время в стране экономической реформы во многом предопределяются качеством и целенаправленностью осуществляемого перехода к новым методам и формам управления экономическим и социальным развитием ее отдельных регионов. Суть этого перехода заключается в расширении хозяйственной самостоятельности территорий, передаче на местный уровень управления значительной части функций органов руководства, ориентации на преимущественно экономические рычаги воздействия на всю систему хозяйствующих объектов регионального уровня.

В новых условиях хозяйствования требуется существенная переоценка важнейших направлений социально-экономического развития отдельных регионов, административных образований и в Республике Беларусь. Региональные особенности хозяйства

включают в себя специфику природного, исторического, экономического и научно-производственного потенциалов, что во многом предопределяет различные стартовые условия и возможности каждого из территориальных образований. Поэтому наряду с общими для страны приоритетами и задачами, должны обосновываться и решаться местные специфические региональные проблемы, а сочетание республиканских и региональных целей развития должно естественным образом влиять на рост уровня жизни населения региона.

Опыт хозяйствования в кризисных ситуациях наглядно убеждает в том, что смена акцентов лишь тогда может быть успешной, когда она базируется на уже имеющемся экономическом потенциале, когда политические и хозяйственные преобразования проводятся без разрушения устоявшихся кооперационных связей и интеграционного пространства, а посредством постепенного и последовательного преобразования отношений в рамках существующего государства и его территорий. В особой степени это касается региональных формирований ранга области, района, административного района города, для которых весьма актуальной является проблема экономической безопасности, включающая совокупность условий и факторов, характеризующих текущее состояние экономики, стабильность, устойчивость и поступательность ее развития.

Таким образом, проблема стабилизации и последующего развития комплекса рекреационных услуг весьма актуальна для всей экономики страны в целом. Решение этой проблемы невозможно без углубленного изучения причин снижения эффективности деятельности в этой сфере народного хозяйства и разработки эффективных научных и практических рекомендаций. В свою очередь решение этой проблемы невозможно без стратегического планирования; оно позволяет расширить горизонты предвидения, создает возможность своевременной ответной реакции хозяйствующего субъекта на те изменения, которые происходят во внешней среде: на рынке товаров и услуг, в научно-технической, экономической, социальной и политической сферах.

В рыночной экономике, когда темпы изменений значительно превосходят скорость ответной реакции хозяйствующего субъекта,

для своевременной ответной реакции необходимо научное предвидение. Следовательно, эффективное решение организационно-экономических задач на региональном уровне невозможно без научно обоснованных прогнозов и разработанных на их основе программ комплексного развития регионов и городов. Поэтому в основу методологии развития регионов и городов следует положить систему прогнозов и программ, разрабатываемых по адекватным рыночным отношениям технологии и организации.

Выражая определенные экономические отношения, складывающиеся в обществе в целом, рекреационный комплекс играет ведущую роль в производстве и воспроизводстве рабочей силы, выступает во взаимодействии с основным звеном территориального разделения труда. Рекреационный комплекс составляет одну из самых динамичных групп страны.

Сегодня требуется четко определить соотношение развития хозяйственных сфер в жизни региона, выявить социально-экономические факторы, влияющие на формирование и развитие экономического потенциала рекреационной зоны, их взаимное согласование в интересах комплексного развития. Особенное значение здесь имеет уровень инвестиционной активности и его регулирование в рамках стратегии региональной экономической политики, причем основным инструментами регулирования должны быть инвестиционные программы и проекты, ориентированные на приоритетные направления развития региона в целом, отдельных его сфер и отраслей.

Решение этой задачи связано, во-первых, с обеспечением устойчивости структурных преобразований, во-вторых, с адекватным использованием экономических рычагов, определяющих функционирование и саморегулирование инвестиционной деятельностью государственных и частных организаций. При этом необходима разработка ряда взаимозависимых организационных мер, в числе которых одной из сложных (и практически не решенных) остается разработка и реализация методов выбора и ранжирования приоритетов инвестирования в различные сферы и отрасли региона. Речь идет о разработке новых методов технико-экономических обоснований приоритетов развития отдельных проектов, подотраслей и отраслей

рекреационного комплекса, которые не должны противоречить стратегии развития региона. Важнейшей задачей является определение меры государственного участия в экономическом регулировании инвестиционной деятельности.

Из многообразных социально-экономических проблем актуальными являются также те, которые влияют на формирование экономического потенциала региона, характеризуют возможности роста производства на основе изменения материально-технической базы, рационального использования его ресурсов, и прежде всего – трудовых, совершенствование методической основы прогнозирования экономического и социального развития в условиях рыночных методов управления хозяйством.

УДК 339.138

СУЩНОСТЬ И КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Шахрай А.Н., магистрант

Научный руководитель – Поддерегина Л.И., канд.э.н., доцент
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Маркетинг – это система организации и управления производственной и сбытовой деятельностью предприятий, изучение рынка с целью формирования и удовлетворения спроса на продукцию и услуги и получение прибыли.

Поскольку маркетинг – это способ убедить массы сделать покупку, большинство ошибочно отождествляют данное понятие со сбытом и стимулированием. Разница заключается в следующем: сбыт, главным образом предполагает контакт лицом к лицу. Продавец имеет дело с потенциальными покупателями. Маркетинг использует средства массовой информации и другие способы, чтобы завладеть вниманием и убедить многих людей – людей, которые могут вообще не иметь никакого прямого контакта ни с кем из компании данного сбытовика.