

Вирусный маркетинг прекрасный способ продвижения, но, как и любой другой, он требует тщательного планирования, длительного выстраивания дружеских отношений с клиентами и понимания сути проблемы. Однако большинство компаний прекрасно осознают, что они не в состоянии привлечь потенциальных покупателей используя только один метод маркетинга. Покупателей много, они разобщены и весьма отличаются по своим потребностям и возможностям, поэтому вирусный маркетинг не является универсальным средством для продвижения товаров. Будущее рекламы должно строиться на интеграции традиционных и альтернативных методах рекламы.

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В БЕЛАРУСИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Бурни Е.А.

Научный руководитель: ст. преподаватель Аснович Н.Г.
БНТУ

В современном обществе предпринимательство, рассматривается как эффективный инструмент развития рыночного хозяйства и форма экономической активности населения.

Особое значение малое предпринимательство имеет в переходных экономиках, так как по существу, наряду с приватизацией является фундаментом, на котором вырастает негосударственный сектор экономики и институты рыночной экономики. Однако, несмотря на наличие всех необходимых законов и других регламентирующих актов, развитие предпринимательства инструментов и институтов, Беларусь является страной, где количество малых предприятий на тысячу человек населения очень незначительное. Современная ситуация в секторе малого предпринимательства белорусской экономики развивается под воздействием как объективных, так и субъективных факторов, обусловленных современными экономическими явлениями как в мировой, так и в белорусской экономике.

Развитие малого предпринимательства в Республике Беларусь способствует решению таких задач, как монополизация, формирование рыночной структуры экономики и конкурентной среды, насыщение рынка товарами и услугами, занятость и самозанятость населения, экономический рост и увеличение налоговых поступлений, формирование стабилизирующего общества среднего класса, реализации ряда конкретных мер стратегического и оперативного характера в области ресурсного обеспечения.

Следовательно, активизация государственной политики, направленной на расширение и развитие малого предпринимательства, со своей стороны, должна создавать условия для минимизации возможных негативных последствий социального характера при ускорении рыночных преобразований, а так же для повышения инновационной и инвестиционной активности в экономике, необходимой для достижения устойчивых темпов экономического роста.

ТЕОРИЯ «Z» В БЕЛАРУСИ

Гурьева К.В.

Научный руководитель: канд. пед. наук, доцент Володько О.М.
БНТУ

Нестабильность экономической, социальной, политической и производственной среды, стремительное развитие научно-технического прогресса, высокая конкурентность и рискованность ставит руководителей коллективов и организаций перед необходимостью адаптации к изменяющемуся контексту управленческой деятельности. Выход многих предприятий из государственного сектора, образование новых негосударственных структур повышает степень личной ответственности руководителя или менеджера за деятельность сотрудников и организации. Возросшая интенсивность, интеллектуальность, эмоциональная напряженность труда требует от менеджера организации высокого профессионализма.