

2. Московичи, Серж. Век толп : Исторический трактат по психологии масс / пер. с фр. Т.П. Емельяновой. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1998. - 480с.
3. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Аксиология: учебно-методический комплекс / авт.-сост. О.И. Пушкина. – Витебск: УО «ВГУ им. П.М. Машерова», 2008. – С. 125-141.

## **СВОБОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА «БРЕСТ»: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕГИОНА**

Кудрицкая Е.Г.,  
молодой ученый УО «БрГТУ», г. Брест, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Лимаренко А.П. канд., филос. наук, доцент

В Республике Беларусь имеется шесть свободных экономических зон (СЭЗ), которые отличаются друг от друга временем создания, географическим положением, некоторыми другими особенностями, но одинаковы в главном: в предоставлении инвесторам наиболее благоприятных условий для выгодного вложения капиталов. На основании проведенного исследования автор статьи анализирует состояние и перспективы развития СЭЗ «Брест».

Процесс образования СЭЗ планировался еще в советские времена, однако реализовался в суверенной Беларуси. Указом А.Г. Лукашенко «О свободных экономических зонах на территории Республики Беларусь» № 114 от 20 марта 1996 года была создана СЭЗ «Брест», сроком на 50 лет. Следует отметить, что первоначально перед СЭЗ «Брест» ставились задачи, направленные на ускорение экономического развития страны: освоение новых технологий, наращивание экспорта, организация новых рабочих мест. Сегодня - это комплексная зона, объединяющая функции экспортной, производственной, свободной таможенной, туристско-рекреационной, страховой и банковских зон. Свободная экономическая зона «Брест» занимает специально отведенную территорию, состоящую из двух районов, общей площадью 71 кв. километр. В черте города в декабре 2001 года в состав зоны включены производственные площади 5 крупнейших заводов г. Бреста: электромеханического, электролампового, радиотехнического, машиностроительного и завода «Цветотрон». Эти предприятия располагают более 50 тыс. кв. метров свободных производственных площадей с развитой инфраструктурой. Значение географического положения усилилось в связи с вступлением Польши в Европейский союз и сделало Брест пограничным городом между Западной Европой и странами СНГ. По мере расширения Евросоюза Беларусь объективно оказывается в сфере притяжения единого европейского рынка. Важную роль в укреплении политики добрососедства и взаимовыгодных связей с Европейским Союзом призвано сыграть трансграничное сотрудничество в рамках свободных экономических зон и еврорегионов. Очевидно, что наличие в Беларуси СЭЗ, граничащих со странами Евросоюза, приведет к формированию согласованных таможенно-тарифных правил и параллельно усилит инвестиционную привлекательность соседнего с ЕС рынка. Государство законодательно гарантирует защиту инвестиций и свободный перевод прибыли за рубеж, не вмешивается в оперативно-хозяйственную деятельность предприятий. Руководство деятельностью свободной экономической зоны осуществляется Администрацией СЭЗ, которая производит также регистрацию резидентов СЭЗ, и занимается вопросами землеотвода для резидентов. На 1 марта 2011 года в СЭЗ «Брест» в статусе ее резидента работают 70 предприятий, и за последние три года зарегистрировано 17 новых компаний. Основное направление деятельности резидентов это производство экспортно-ориентированных и импортнозамещающих товаров: деревообрабатывающая, пищевая, химическая, легкая отрасли промышленности, что соответствует отраслевым приоритетам СЭЗ «Брест». Доля продукции, поставленной на экспорт, составляет 70% от общего объема выпуска и содержит весь спектр товаров, производимых в зоне. В 2010 году объем экспорта приблизился к 360 миллионов долларов и за весь период деятельности СЭЗ он превысил 2,6 миллиарда долларов. На сегодняшний день СЭЗ «Брест» - это четверть всего экспорта Брестской области. География поставок продукции представлена 40

странами. Основным внешнеторговым партнером является Россия, Казахстан и Украина. Ежегодно увеличиваются поставки продукции в страны ЕС: Чехия, Германия, Польша и др. За время существования СЭЗ «Брест» резидентами выпущено продукции на 4,5 миллиарда долларов США. В 2010 году предприятия – резиденты произвели продукции на 2 триллиона рублей, что составляет 14 % в общем объеме производства промышленности Брестской области. Весомый вклад СЭЗ «Брест» вносит в улучшение ситуации с занятостью в городе. Только за один 2010 год резидентами СЭЗ было создано 1229 новых рабочих мест.

Таким образом, за 15 лет существования СЭЗ «Брест» создана и на практике отработана, нормативна – правовая база СЭЗ, что бесспорно создает благоприятную перспективу для новых инвесторов, стимулирует действующих резидентов к вложению новых инвестиций в модернизацию производства и экспорт продукции.

Литература:

1. СЭЗ «Брест» // Национальный инвестиционный сайт республики Беларусь <http://www.invest.belarus.by/ru/investment/fez/brest/> - Дата доступа: 30.03.2011.
2. Хокимова, А. Территория возможностей / А. Хокимова// Вечерний Брест. – 2011. – 25 марта. – С. 1 – 2.

## **К ВОПРОСУ О ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ**

Лапшенников А.А.,

студент 4 курса УО «ВГУ им. П.М. Машерова», г. Витебск, Республика Беларусь  
Научный руководитель – Шахнович С.В., канд. экон. наук, доцент

Целью данного научного исследования является определение путей эффективности использования информационных технологий в маркетинге туристических фирм. Причем, особое внимание уделено использованию интернет - технологий, как эффективного инструмента маркетинга туристической фирмы, а также и раскрытие основных проблем применения данных технологий в туристических фирмах Беларуси.

Сеть Интернет позволяет в значительной степени повысить оперативность и качество связи, уменьшить затраты на коммуникации, расширить географию деятельности, круг клиентов и партнеров. Быстрые, надежные коммуникации в глобальной мировой сети позволяют в перспективе проводить продвижение туристского продукта с большей эффективностью.

В Беларуси наблюдается быстрый рост количества пользователей интернета – на начало 2011 года – 38 % населения страны используют интернет [1]. Среди клиентов турфирм пользователей интернета более половины, а их доля среди постоянных покупателей туристических услуг близка к 100 %.

Однако, потенциал интернет - технологий пока совершенно недостаточно используется белорусскими турфирмами. Из более чем 1000 туристических фирм зарегистрированных в Беларуси, не более 10 % имеют интернет-сайты.

Это объясняется тем, что большинство белорусских турфирм не являются крупными, и не могут позволить себе потратить не менее 10.000.000 бел. руб. на создание и раскрутку профессионального сайта. Большинство белорусских турфирм довольствуется созданием 4-5 изредка обновляемых страничек. Дизайн таких "сайтов" скромн, и не о каком имидже фирмы сказать не может. Увеличить продажи сайт может только тогда, когда он профессионально сделан, непрерывно обновляется и постоянно рекламируется [2].

Важным средством коммуникации в интернете, позволяющим очень быстро (за считанные секунды) и почти без затрат передать большой объем информации на компьютер адресата или на почтовую группу является электронная почта. К примеру, в Витебске действуют 47 туристических фирм, у всех есть электронная почта, но только у 10 свой сайт. Можно также использовать почтовые системы с автоматической рассылкой сообщения, например, о новом туре, маршруте, услуге. В этом случае все пользователи, чьи электронные адреса имеются на данной почтовой системе, получат немедленно посланное сообщение.