

стоят противоположным образом: в настоящее время республика испытывает острейший недостаток иностранных капиталовложений, причём инвестиционный климат страны ухудшается едва ли не с каждым годом. Такому неблагоприятному сложению обстоятельств в области иностранного инвестирования во многом содействуют различные правовые, институциональные и законодательные особенности развития республики. В целях установления благоприятного инвестиционного климата в РБ, настоящим докладом предлагается ряд тактических мер, способных содействовать не только увеличению объемов притока иностранных инвестиций в республику, но и достижению стабильного экономического роста страны.

О. И. Сергеевич,
студентка БГЭУ (Минск)

ADVERTISING (РЕКЛАМНОЕ ДЕЛО)

A common housewife, a brilliant writer, a successful entrepreneur, a handsome student... Is there anything similar in their lives? Yes, there is. All of them are ruled on their everyday life by advertising market. What is that then? Is this sector on which millions of dollars are spent every day, a monster with thousands of beautiful faces which makes you buy a certain kind of spray, eat crisps of a definite brand, support a particular campaign? To some extent it is right, but in the real life advertising is just one of those veins within the economy which connects consumers of all kinds with products on the market. The aim of my report is to analyze the state of advertisement market in Belarus.

Nowadays, just like yesterday (a year and five years ago), agencies representing the most famous network groups set the fashion on the advertising market. But the field for their activity had grown narrow. This is explained by the fact that foreign advertisers curtail their activity in the republic, while new investors do not make massive investments into our economy. According to the words of the directors of leading Belarusian advertising agencies, there are almost no advertisers left on which such agencies can count on as active clients. The difficult economic situation may explain much, but not all. Enterprises are cautious now — they know how to calculate their money, and have already learned what the sharp increase in the tariffs and rates mean.

The agencies now receive incomes which are 2-3 times less than before, however the cost of rent and other overhead costs have not lessened. As a result, many of the full-scale agencies have become specialized, the others are either shut-down, or are engaged in some other business. There are also agencies that attempted to reach a principally new level. "Forte", for instance, managed to find foreign customers. It succeeded because of the access to modern advertising technologies. Such technologies can help one become the first in anything, and in case tenders are announced, increase chances for additional business.

One of the distinguishing features of the Belarusian advertising market nowadays is that it had divided into two sectors. The full-scale agencies executing all kinds of works act in one of them, specialized companies — in the other. The latter have a right to place advertisements in press, on the TV, radio, make outdoor advertisements and business-cards. So, it is not worthwhile talking about the advertising market disappearance in Belarus. It would be more constructive to say that a process of quality improvement is taking place here. It is obvious that at the present moment Belarusian commercials, which are not masterpieces of human creativity, change customers' behavior. That is why many people lacking information do not trust national producers and are not willing to support them. They prefer to pay more for imported well advertised goods. This situation can easily be called "a lack of economic patriotism", that in turn worsens functioning of the economy.

So, as we can see, advertising market has a great social and economic effects. It links any of us with the economy of the country.

Ситуация на белорусском рекламном рынке оставляет желать лучшего. Недостаток средств и клиентов, тяжелые условия на медийном рынке вынуждают агентства становиться узкоспециализированными, а многие и вовсе сменили сферу деятельности или остались за бортом. Но по мнению ведущих специалистов в этой области, мы имеем основания быть оптимистичными. Так как многим компаниям удастся не только оставаться на плаву, но и совершенствоваться.

Такая ситуация на рынке рекламы не дает потребителю достаточно информации, в первую очередь, о товарах белорусских производителей. Это влияет на экономическую, политическую и социальную сферы, усложняя условия для производителей, отсутствием экономического патриотизма, и для потребителей, которые платят больше за хорошо разрекламированные товары.

DAS SOLARE ZEITALTER (ЭПОХА СОЛНЕЧНОЙ ЭНЕРГИИ)

Fossile Energieträger sind der Treibstoff der Weltwirtschaft. Doch die Nutzung von Kohle, Öl, Gas und Uran ist nichts weiter als eine Umwandlung und Vernichtung von Ressourcen — mit katastrophalen Auswirkungen auf Menschen und Umwelt. Die neue Ökonomie setzt auf die unerschöpfliche Kraft der Sonne. Und auf erneubare Energien als Basis für ein zukunftsfähiges Zivilisationsmodell.

Mit der industriellen Revolution entstand die konzentrierte Energie- und Rohstoffwirtschaft. Die fossile Wirtschaft wurde geboren, von der alsbald die gesamte Industrialisierung abhing. Bald reichten die regionalen Ressourcen nicht mehr aus, neue Länder mussten erschlossen werden. Und weil die fossile Ressourcen prinzipiell erschöpflich sind, globalisierte sich die Ressourcenwirtschaft in schnellem Tempo.

Die fossile Weltwirtschaft hat drei Merkmale. Erstens: Die fossilen Ressourcen sind erschöpflich. Gemessen am heutigen jährlichen Energieverbrauch gehen die Erdvorkommen — mit einem Anteil von 40 Prozent an der Weltenergieversorgung — in etwa 40 Jahren zur Neige. Damit wächst mittelfristig die Gefahr von wirtschaftlichen Krisen durch weitere Ölpreiserhöhungen und von politischen Spannungen bis hin zu Energiekriegen.

Zweitens: Die Emissionen aus der Umwandlung fossiler Energie haben zu einer ökologischen Weltkrise geführt, die sich von Jahr zu Jahr mehr zuspitzt. Allein im vergangenen Jahr haben sich rund 700 ökologische Grosskatastrophen ereignet, von denen die meisten ihre Ursache in den Energie-Kommissionen hatten.

Drittens: Die Reserven der fossilen Ressourcen lagern an nur wenigen Plätzen der Erde, aber sie werden überall dort gebraucht, wo Menschen arbeiten und leben. Die fossile Ressourcenwirtschaft ist mit ihren Infrastrukturen und Unternehmen zugeschnitten auf die Förderung, den Transport, die Umwandlung und die Verteilung von flüssigen Ressourcen.

Die Alternative zu diesen Ressourcen sind Erneubare Energien und Erneubare Rohstoffe. Erneubare Energien sind die Sonnenwärme, das Sonnenlicht, die Wasserkraft, die Biomasse und die Windkraft. Erneubare Rohstoffe sind Pflanzen, aus denen alle Güter produziert werden können, die gegenwärtig von der chemischen Industrie auf der Basis fossiler Rohstoffe produziert werden.