

поративных облигаций существует ряд проблем. Наиболее существенная проблема рынка ценных бумаг Республики Беларусь — высокое налогообложение доходов от операций с корпоративными ценными бумагами (40%). Замедление развития рынка акций обусловлено мораторием на обращение акций, приобретенных в ходе приватизации госсобственности, отсутствием котирования акций.

Кабушко А.М., Каленик Д.В.

Академия Управления при Президенте Республики Беларусь (Минск)

МАРКЕТИНГ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА

Для эффективного регулирования и координации деятельности всех субъектов туристского рынка Беларуси необходимым условием является осуществление государственной поддержки данной отрасли экономики. Одной из важнейших функций государственной политики в отношении туризма является формирование позитивного мнения о стране и повышение ее туристского имиджа на мировых рынках для привлечения иностранных туристов.

Одним из важнейших маркетинговых предприятий по продвижению турпродукта страны является организация туристских выставок в стране и участие в работе международных туристских выставках. Из-за недостаточного финансирования продвижение национального туристского продукта часто осуществляется отдельными субъектами хозяйствования.

Для ознакомления потенциальных туристов с будущими туристскими мероприятиями важным является подготовка и издание пакета информационно-рекламных материалов, в том числе единого календаря туристских событий в стране.

В целом маркетинговая деятельность по продвижению Республики Беларусь на мировом рынке все еще недостаточна. Для эффективного развития всех видов туризма в стране потребуются совместные усилия как государства управления туризмом, так и туристских фирм Беларуси.

Дальнейшее развитие туризма в Беларуси будет более эффективным при ориентации республики преимущественно на въездной и внутренний туризм. Для этого необходимо проведение маркетинговых исследований туристского рынка, учет в рекламном продукте потребностей целевой аудитории потребителей и повышение туристской привлекательности страны на мировом рынке.

<http://edoc.bseu.by:8080>

Казакова Е.И.
УО МИУ (Минск)

ИНСТИТУТ ЛИДЕРСТВА В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Актуальность сформулированной тематики обусловлена необходимостью классификационного определения отношений между ситуационными ролями руководителя — топ-менеджера и качествами его компетентности для обеспечения предприятий эффективным и конкурентоспособным институтом лидерства.