

Необходимо выработать концепцию современной политики развития сферы услуг в Беларуси. Концепция выступает как система представлений о стратегических целях, задачах, интересах, приоритетах, принципах и мерах по формированию предпосылок к устойчивому развитию сервиса как особой сферы, пронизывающей или затрагивающей все секторы экономики. И, вместе с тем, формирующаяся концепция рассматривается как стратегия и руководство к практической деятельности. Здесь стратегическая цель видится в быстром и существенном подъеме сферы сервиса во всех секторах экономики на принципиально новый, соответствующий зарубежным меркам уровень, который позволит создать систему услуг, на равных конкурирующих на мировом рынке.

Ключевыми задачами являются: стимулирование предпринимательства; расширение инновационной деятельности; освоение новейших современных видов услуг и форм обслуживания; интенсивное привлечение инвестиций; развитие маркетинга; разветвление сети предприятий и подразделений.

Развитие интеграционных процессов в Республике Беларусь, в том числе в сфере услуг, не снижает большую роль, которую призвано играть малое предпринимательство. Малые предприятия, их совокупность, масштабы расширения и роста являются индикаторами зрелости рыночных отношений в стране. Именно множество малых и средних предприятий создают объективно требуемую эффективную конкурентную среду, так необходимую для расширения ассортимента товаров и услуг, повышения качества продукции и уровня обслуживания, активизации инновационной и венчурной деятельности.

Высокая конкурентоспособность той или иной страны базируется на формировании особого сектора экономики, опирающегося на тесную связь между наукой и производством, на сотрудничестве и симбиозе крупных и средних предприятий с малыми, часто сращивающимися в разнообразные специфические системы и структуры, создающими инновационную среду и пользующуюся платежеспособным спросом продукцию. Поддержка и стимулирование малого бизнеса в сфере услуг должны быть признаны одним из приоритетных направлений политики развития в сфере услуг.

<http://edoc.bseu.by>

*Карелина Н.В.*  
*УО БГЭУ (Минск)*

## **РАЗВИТИЕ МУЗЕЙНОГО МАРКЕТИНГА В БЕЛАРУСИ**

Музеи в качестве хранителей национального культурного наследия и «переводчиков» с языка искусства, культуры, истории, прошлого всегда занимали свое законное место в иерархии социальных институтов. Однако роль культуры в современном обществе радикально меняется. Некоммерческий сектор активно развивается, в том числе за счет реализации маркетинговых стратегий. В большинстве своем маркетинг стал неотъемлемой частью взаимодействия музея с публикой. Музейный маркетинг тесно связан с деятельностью по расширению аудитории и одновременно по укреплению отношений с постоянными посетителями музеев. Исследования белорусской музейной аудитории показали, что современную публику перестала удовлетворять привычная научно-познавательная функция музеев. Все большее количество посетителей приходит в музей не только за знаниями, но и отдохнуть, провести свободное время, встретиться с друзьями и т. д. Музей нового времени должен действовать в интересах своей аудитории, стремиться заинтересовать ее, удивить, используя как технические новинки, так и маркетинговые приемы.

Первым шагом на пути к освоению музейного маркетинга является формулировка своей миссии как некой константы и определение целей и задач, меняющихся по мере их достижения. Вторым шагом может стать грамотное и систематическое проведение маркетинговых исследований музейной аудитории. Регулярно должен проводиться аудит внутренней и внешней среды, поскольку для успешной реализации маркетинговых стратегий музею нужно адекватно оценивать свои возможности и существующие ограничения. Проведя исследование своей аудитории и оценив собственный потенциал, одной из главных задач белорусских музеев является устранение стереотипов людей, большинство из которых воспринимает музеи как нечто старомодное и неактуальное. С помощью умело проведенных рекламных кампаний и мероприятий по связям с общественностью музей может открыться своей аудитории с новой стороны – не как простое хранилище артефактов, а как посредник между историей или искусством и посетителем, консультант в вопросах обучения и саморазвития, источник вдохновения или место для интересного и полезного проведения досуга.

Музеям Беларуси следует обращать большее внимание на туризм, осознавая свою важную роль в привлечении туристов. Для этого прежде всего необходимо устранить языковой барьер при посещении экспозиций иностранцами и обеспечить возможность проведения экскурсии, насыщенной яркими, оригинальными и – что пользуется наибольшим спросом – самобытными мероприятиями и представлениями.

*Карсеко Р.М.  
УО БГЭУ (Минск)*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ВЫСШИМИ УЧЕБНЫМИ ЗАВЕДЕНИЯМИ**

В условиях стремительных преобразований, происходящих в обществе, все настойчивее выдвигаются требования к совершенствованию системы высшего образования. Образование должно развиваться опережающе по сравнению с другими формами и направлениями деятельности людей, так как без этого никакие экономические и социальные реформы не будут иметь успеха. В условиях рыночной экономики процесс подготовки специалистов в вузах ставит задачу формирования творческой личности, обладающей не только профессиональными знаниями, но и способностью быстро осваивать новые знания, самостоятельному видению и осмысливанию общечивилизованных, глобальных и региональных проблем. К образованию как системе предъявляются такие требования, как динамичность, открытость, устойчивость, возможность самонастройки и саморазвития.

Новые требования, предъявляемые на современном этапе к высшему образованию, ставят задачи по совершенствованию управления высшими учебными заведениями. Для успешного управления руководителям и управленческому персоналу вузов необходимо владеть знаниями и навыками менеджмента, финансов, маркетинга, знать законы рынка, уметь разрабатывать и реализовывать эффективные стратегии управления. Задачи управления вузом состоят в том, чтобы рыночные технологии соединить с теорией управления и принятия решений. В менеджменте вуза должны быть использованы системный подход и теория менеджмента, элементы инновационной системы и хорошо сформированная финансовая стратегия. Особую значимость в управлении вузом играет системный подход, который позволяет увидеть в единстве учебный процесс,