

a. *Objectifs commerciaux*

Sans aucun doute, le but ultime de la publicité est d'influencer la part de marché, le chiffre d'affaires et le profit

1). *Objectifs de communication*

- L'exposition à un message
- La mémorisation d'un message
- L'attitude

a. *La publicité de firme*

Elle a le plus souvent pour objet de modifier une image de firme ou tout simplement d'en créer une. Elle s'adresse non seulement aux acheteurs potentiels, mais aussi à l'opinion publique, aux revendeurs.

b. *La publicité des produits et des marques*

C'est le cas le plus fréquent. Un annonceur veut soutenir les ventes d'un produit ou d'une marque, lui procurer une meilleure image, le repositionner, le faire mieux connaître, etc.

En ce qui concerne du temps de la pub, il faut tenir compte quand l'auditoire est plus grande. Et ici il y a 3 indicateurs :

Реклама является одним из средств улучшения имиджа фирмы. Однако следует различать 2 вида рекламы: реклама фирмы и конкретного продукта. Если первая ставит своей целью сделать известной фирму в целом, то вторая — конкретный продукт.

Важными являются и практические моменты рекламы. Они заключаются в правильном выборе средства рекламы, ее времени и др.

A.G. Король
БГЭУ (Минск)

FREE ECONOMIC ZONES AS AN EFFECTIVE DEVELOPMENT TOOL СВОБОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЗОНЫ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

The need for free economic zones (FEZ) in Belarus is explained by several reasons. First, FEZ are a test-site for various models of economic reform in a period when the state is looking for the best methods of economic and legal regulation of the market transition. Second, the favorable position of Belarus in the middle of Europe makes it attractive to foreign investors who wish to penetrate the CIS markets. Third, the lack of natural resources, the high potential of Belarus' processing industries and skilled work force determine the orientation of its economy to the export of high-tech products.

The creation of FEZ is guided by presidential Decree №114 of 20 March 1996 "On Free Economic Zones in Belarus".

Belarus has four FEZ on its territory. The oldest and most developed one, located in the border city of Brest, was established in March 1996. The newest one, in the city of Vitebsk, was set up in February 1999.

Free economic zones report progress. In February 2000, the last year for which figures are available, the aggregate investment in the FEZ Minsk totalled \$10.64 million. The production growth in 1999 in the FEZ Gomel-Raton accounted for 162.6 percent against the 1998 level, whereas in the region it averaged 109.4 percent and 118 percent in the city of Gomel. In 1999 the residents nourished a considerable climb in labor productivity, it almost doubled. On average, industrial companies showed a mere 8.6 percent plus. The matter is that the FEZ residents opt for new up-dated and easily operated equipment. Real investments in

the Gomel-Raton zone in 1999 stood at \$7.7 million and 1.7 German marks. In February 2000, 74 resident enterprises were registered with the FEZ "Brest". Of them, over 50 involved foreign capital.

The National Academy of Sciences is working on a project to create a FEZ specializing in high technologies "Akademgorodok".

The free economic zones, however, face numerous problems.

First, there is a lack of clear legislation guiding the operation of free economic zones. This is a major constraint to foreign investments.

Another serious threat is the lack of clear development strategy for FEZ.

The operating conditions within a FEZ should depend on the technological level of its industries. Unfortunately, companies resident in FEZ and enterprises with foreign investments often have greater privileges than local high-tech industries. This situation does not encourage foreign companies to locate high-tech industries in Belarus and does not benefit the national interest of a country with a great scientific and technological potential.

In order to protect Belarus from becoming a haven for obsolete and environmentally hazardous industries and make FEZ a truly effective tool of economic development, the state should formulate a clear strategy for the development of FEZ and provide a clear legal framework for their operation. Unless those conditions are met, free economic zones will not have a positive effect on regional development.

В марте 1996 г. Президент подписал Декрет № 114 «О свободных экономических зонах на территории Республики Беларусь». Сегодня в Республике Беларусь четыре свободные экономические зоны, планируется открытие еще одной. За период с 1996 г. по настоящее время отмечены положительные результаты их деятельности. Однако существуют неоспоримые недостатки, требующие немедленной корректировки.

*Д. Мейтюз
БГЭУ (Минск)*

GLOBALISIERUNG: CHANCEN UND RISIKEN IM 21. JAHRHUNDERT ГЛОБАЛИЗАЦИЯ: ШАНСЫ И РИСКИ В XXI в.

Der Begriff Globalisierung weist auf mehrere Entwicklungen: voranschreitende „weltweite“ Integration der Märkte für Güter- und Dienstleistungen im Zuge des Abbaus einseitiger - künstlicher und natürlicher — Handelshemmnisse

länderübergreifende — letztendlich globale — Organisation von Produktionsprozessen durch transnationale Unternehmen oder Unternehmensverbände (global sourcing)

als Folge von beiden: zunehmende Integration der Arbeitsmärkte in dem Sinne, dass für immer grössere Teilbereiche das Gesetz des einen Preises gilt.

Unternehmen, die besser in der Lage sind als ihre Konkurrenten, in neu sich öffnende Absatzmärkte vorzustossen und/oder neue Beschaffungsmärkte anzuzapfen, werden durch die Globalisierung gestärkt. Sie profitieren von niedrigeren Kosten, höheren Skalenerträgen und verbesserten Möglichkeiten, auf Marktstörungen zu reagieren. Unternehmen, die die Globalisierung auf der Absatz- und der Beschaffungsseite nicht mitmachen, können soweit ins Hintertreffen geraten, dass sie vom Markt verschwinden. Sie werden zu Globalisierungsverlierern.