

Если речь идет о рекламе банковских или страховых продуктов, а целевая аудитория у сериала — люди с невысокими доходами, то реклама может не дойти до потребителя. Конечно, даже в этом случае дело банка-рекламодателя или страховой компании, разместившей «product placement» в сериале, не пропадет даром: их мессидж может сыграть образовательную роль, повысить узнаваемость, если не бренда рекламодателя, то конкретного банковского или страхового продукта. Однако в большинстве случаев финансовые компании предпочитают платить за улучшение собственного имиджа и увеличение своей клиентской базы, а не за повышение образовательного уровня аудитории в целом.

Среди жителей г. Барановичи был проведен опрос, связанный с отношением населения к уровню рекламной деятельности в банках Республики Беларусь, а также необходимости внедрения банками «product placement» на TV. В опросе приняло участие 50 человек, среди которых 20 человек составили студенты БарГУ, 20 человек — население в возрасте 25—45 лет, 10 человек — в возрасте 50 и выше лет.

На вопрос об основных факторах, тормозящих развитие банковской рекламы в Республике Беларусь, были получены следующие ответы: неустойчивое финансовое положение белорусских банков — 9%, некомпетентность заказчика — 57%, непонимание рекламы и сути ее создания — 29%, малое количество оказываемых услуг — 3%, затруднились ответить — 2%.

Исходя из проведенного опроса видно, что:

- использование рекламы усилит доверие среди населения в среднем на 82%;
- 80% населения не нуждается в четком сегментировании целевой аудитории при создании банковской рекламы;
- все опрашиваемые относятся отрицательно к транслированию рекламы во время просмотра фильмов, телепередач;
- лишь половина (50%) опрошенных относятся положительно к внедрению банковского «product placement» на белорусском телевидении, из них 73% составляют студенты. Это обосновано тем, что старшее поколение еще не готово воспринимать и, главное, распознавать данный тип рекламы.

#### Список источников

1. Галисиан, М. Л. Product Placement в средствах массовой информации. Новые направления в теории и практике маркетинга, история, тенденции развития и эволюция / М. Л. Галисиан. — М.: Вершина, 2004. — 350 с.
2. Киселева, П. Product Placement / П. Киселева. — М.: Вершина, 2008. — 152 с.
3. Мельникова, А. Е. Белорусский рекламный рынок сегодня и перспективы его развития / А. Е. Мельникова / Маркетинг: идеи и технологии. — 2006. — № 3. — С. 5—11.

*Е. Ю. Дудко*

Научный руководитель — *Г. Я. Житкевич*  
Барановичский государственный университет,  
г. Барановичи, Республика Беларусь

## РОЛЬ ТУРИЗМА В СОХРАНЕНИИ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ

В Республике Беларусь наметились позитивные тенденции в развитии туристской индустрии. Принятая Министерством спорта и туризма Национальная программа развития туризма в республике на 2008-2010 годы во исполнение постановления Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 21.12.2007 г. № 1796 ставит своей основной целью формирование развития в Республике Беларусь высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей граждан в разнообразных туристических услугах, а также — значительный вклад в развитие экономики страны (налоговые поступления в бюджет, приток валютных средств, увеличение количества рабочих мест, сохранение и рациональное использование объектов историко-культурного наследия и природного потенциала) [1, с. 11].

Для развития культурно-пользовательского туризма предполагается использование богатого историко-культурного наследия Республики Беларусь. Для достижения поставленных целей проведена большая работа по оценке туристского потенциала по населенным пунктам, городам, районам, а также выявлены недостатки в организации туристско-рекреационного дела.

На сегодняшний день в Беларуси насчитывается более 15 тысяч объектов историко-культурного наследия. Из них реконструируется около 400. Государство намерено ежегодно расширять количество реконструируемых объектов за счет привлечения не только бюджетных средств, но и за счет других источников финансирования.

Важным моментом является то, что государством начата работа по созданию государственного кадастра туристических объектов. Речь идет о наличии своеобразного паспорта каждого памятника.

В настоящее время на территории нашей страны около 5 тысяч значимых туристических объектов: храмы, монастыри, дворцы, садово-парковые и архитектурные комплексы.

Представляет интерес рассмотрение работы органов местного самоуправления по вовлечению объектов историко-культурного наследия в развитие туристической отрасли.

В целях успешного и стабильного развития рынка туристических услуг Брестской области принято решение Брестского областного исполнительного комитета от 28.11.2005 г. № 802 «О мерах по развитию туризма в Брестской области на 2006—2010 годы». В соответствии с планируемыми мероприятиями предполагается рост туристических услуг в период с 2007 по 2010 годы от 120% до 160%.

Большой вклад в сохранение историко-культурных ценностей Брестской области вносит Межведомственный координационный совет по охране материального и духовного наследия при Брестском областном исполнительном комитете.

Координационный совет проводит в соответствии с рекомендациями Министерства культуры Республики Беларусь и ЮНЕСКО, начиная с 2004 г., организационную работу по подготовке Брестской крепости вместе с ее фортификационными объектами для внесения в список всемирного наследия ЮНЕСКО.

В Брестской области находится большое количество историко-культурных объектов, в частности города с древней историей, основанные в IX—XI вв., такие как Брест, Пинск, Ружаны и др. Во многих поселениях сохранились старинные храмы, дворцы и замки, усадебно-парковые комплексы.

Четыре объекта Республики Беларусь включены в список Всемирного наследия ЮНЕСКО: Беловежская пуща, архитектурный комплекс Радзивиллов в Несвиже, замковый комплекс Мир и геодезические пункты Дуги Струве. Два из них расположены на территории Брестской области — Беловежская пуща и пункты Дуги Струве (Ивановский район, д. Щекотск).

Представляют интерес также такие объекты историко-культурного наследия, как восстанавливаемая усадьба Наполеона Орды в д. Вороцевичи Ивановского района, реставрируемый Коссовский дворец и восстановленная усадьба Тадеуша Кастюшко в Ивацевичском районе, памятные места рода Ожешко в д. Закозель и д. Людвиново Дрогичинского района [2, с. 110].

Часовня в д. Закозель и Коссовский дворец являются шедеврами архитектуры в Полесском крае, созданные знаменитым варшавским архитектором Франтишком Ящолдом.

Подводя итог, можно сделать вывод о глубокой взаимосвязи, с одной стороны, развития туристической отрасли и ее влияния на сохранение историко-культурного наследия Беларуси, с другой стороны о влиянии восстановленного историко-культурного наследия на развитие экономики не только туризма, но и регионов Республики Беларусь. На наш взгляд, в перспективе, при увеличении доли доходов туристской отрасли в ВВП Беларуси, эти доходы могут быть использованы как источник финансирования реконструкции объектов историко-культурного наследия.

#### Список источников

1. Национальная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2008—2010 годы : утверждена М-вом спорта и туризма Респ. Беларусь.
2. Федорук, А. Т. Старинные усадьбы Берестейщины / А. Т. Федорук. — 2-е изд. — Минск : Бел. энцикл., 2006. — 574 с.

*Е. Н. Евсей*

Научный руководитель — *И. В. Полюко*  
Барановичский государственный университет,  
г. Барановичи, Республика Беларусь

### ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ НЕКОТОРЫХ ВОПРОСОВ, КАСАЮЩИХСЯ АВТОМАТИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

В современных условиях развития экономики, перехода к рыночным отношениям происходят качественные изменения в организации и ведении бухгалтерского учета, анализа и аудита. Изменяется роль современного бухгалтера, который не только отвечает за ведение учета, но и осуществляет большую работу по планированию, контролю и оценке хозяйственной деятельности организации, принятию эффективных управленческих решений.

Успешное решение поставленных задач невозможно без применения современных информационных технологий, развитие которых изменяет традиционные формы организации автоматизированной обработки учетно-аналитической информации [1].

Автоматизация бухгалтерского учета призвана решать вопросы оптимизации технологических процессов обработки информации с привлечением современных информационных технологий. Сегодня стоимость вычислительной техники существенно ниже стоимости программного обеспечения. В Республике Беларусь внедряется более сотни программ автоматизации финансового и управленческого учета.

Однако переход к автоматизированной форме учета в Республике Беларусь не носит массовый характер.

Рассмотрим несколько наиболее актуальных на сегодняшний момент проблем автоматизации бухгалтерского учета.

Во-первых, в Республике Беларусь не хватает квалифицированных специалистов в сфере бухгалтерского учета и программирования одновременно, имеется дефицит кадров для сопровождения и обслуживания