

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В РАЗВИТИИ УСАДЕБНО-ПАРКОВОГО КОМПЛЕКСА д. ПРИЛУКИ

Я. С. Буракова, Ю. В. Федорова

В настоящее время успешное развитие туристических дестинаций неразрывно связано с использованием современных инструментов маркетинга. Одновременно с этим доказана эффективность интегрированного использования всего комплекса инструментов.

Среди них можно выделить следующие: реклама, стимулирование сбыта, личные продажи. Кроме того, необходимо отметить постоянно возрастающую роль использования информационных ресурсов Интернет (в частности создание собственного сайта и страниц в социальных сетях) в продвижении туристического продукта дестинаций. Каждому маркетинговому инструменту присущи собственные специфические приемы коммуникации: торговые презентации, экспозиции в местах продажи товара, реклама с помощью сувениров, специализированные выставки, ярмарки, каталоги, торгово-рекламная литература, плакаты, конкурсы, премии и т. д.

Прилукский усадебно-парковый комплекс считается одним из наиболее значимых архитектурных памятников в окрестностях Минска. Сама усадьба известна с XVII столетия и примечательна своей исторической и культурной ценностью. Владельцами усадьбы были такие влиятельные династии, как Огинские, Вишневецкие, Ивановские. Однако наибольший интерес вызывает семья Чапских, которая владела Прилуками в XX веке. Д. Прилуки связана с именем Кароля Чапского – городским главой Минска с 1890 по 1901 год. Кароль Чапский сделал все возможное, чтобы превратить г. Минск в европейский город (провел канализацию, строил дороги, создал первую телефонную станцию, строил детские приюты и больницы, реконструировал театр им. Я. Купалы).

Для продвижения туристического продукта данной дестинации нами были использованы интегрированные маркетинговые коммуникации, среди которых:

- реклама (сотрудничество с туристическими порталами, бесплатными рекламными платформами (Talaka.by, Holiday. By, 34mag.net));
- продвижение с помощью Internet-ресурсов собственного сайта, страниц в социальных сетях и Internet-платформ партнеров;
- личные продажи (участие в специализированных выставках, презентациях, изготовление рекламных материалов (брошюр, буклетов)).

Эффективность применения маркетинговых коммуникаций будет оцениваться с учетом следующих показателей:

- количество посещений официального сайта;
- количество проводимых экскурсий за определенный период времени;
- количество проводимых фестивалей и других культурных мероприятий.

Применение перечисленных интегрированных маркетинговых коммуникаций для развития Прилукского усадебно-паркового комплекса будет способствовать решению следующих задач:

- повышению информированности населения об историко-культурной ценности;
- созданию и осуществлению единой стратегии развития;
- рациональному использованию культурно-исторических и природных ресурсов в туристических целях;
- созданию туристического бренда «Priluki Palace and Garden» (логотип, слоган), укреплению brand awareness, brand positioning, brand promotion д. Прилуки.

APPLICATION OF FOREIGN LAW IN THE COURTS OF THE REPUBLIC OF BELARUS

А. Быковская

The topic of the report is application of foreign law in the courts of the Republic of Belarus. This problem is now becoming more urgent, because the expansion of international cooperation leads to a significant increase in the number of disputes involving foreign parties, which requires the use of both national and foreign law. Legal regulation of relations containing a foreign element consists of 2 parts: 1) decision of conflict of law issue: whether conflict rule is applicable, if yes – what law to apply; 2) application of chosen law which conflict of laws refer to [1, P. 33].

Peculiarities, grounds and conditions of foreign law application are determined by the Civil Code of the Republic of Belarus, the Civil Procedure Code of the Republic of Belarus, the Commercial Code of the Republic of Belarus and international agreements as well. For example, art. 1093 of the Civil Code determines a possibility to apply norms of foreign law to the civil relations on the territory of the Republic of Belarus. Regarding the determination of applicable law under the art. 1094 of the Civil Code the decision of court is based on the interpretation of legal concepts in accordance with the law of the court. If these legal concepts that require legal qualification are not known to the