

стью общественной жизни. Подводя итог сказанному, можно выделить следующие функции рекламы: экономическая; просветительская; воспитательная; политическая; социальная; эстетическая.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО НЕРАВНОВЕСИЯ

Вукович Г.Г.

*Институт экономики, права и гуманитарных
специальностей
Краснодар, Россия*

В современных условиях интенсивность вовлечения в воспроизводственный процесс природных ресурсов доведена до столь высокого уровня, что экосистемы деградируют. Россия как уникальное в глобальном масштабе экологическое пространство и Краснодарский край с его рекреационным потенциалом представляют наиболее благоприятную среду для разработки теоретической концептуальной модели согласования экономических интересов хозяйствующих субъектов в условиях экологического неравновесия.

Окружающая природная среда выступает одним из важнейших факторов, формирующих потребности и интересы, что в свою очередь инициирует экологизацию всей общественной жизни в целом и механизма хозяйствования в частности. Общество не может перестать потреблять, и выход из складывающейся ситуации в том, чтобы объем, темпы, структура и культура потребления формировались в условиях экологического равновесия. Весьма существенно уменьшить нагрузку на природу способна именно структура потребления, так как удовлетворение потребностей субъектов хозяйствования многовариантно. Природа как поставщик ограниченных ресурсов традиционно интегрируется в пространство функционирования рынка, но не попадает в поле действия экономических законов.

Экология воспринимается существующим социальным порядком лишь в той своей части, которая соответствует задаче аккумуляции капитала. Действительной причиной экологического кризиса в современных условиях выступает высокая цена рыночных трансакций по поводу присвоения экологических благ, а не отсутствие экологических интересов в структуре индивидуальных предпочтений хозяйствующего субъекта.

ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОНАХ

Габриэль Г.В., Казарян К.В., Кабехов З.Р.,
Торхов В.В.

*Институт экономики, права и гуманитарных
специальностей
Краснодар, Россия*

Современная производственная деятельность в основном сосредоточена в городских поселениях, следовательно, уровень урбанизации в значительной мере влияет на рекреационные потребности, увеличивая их масштабы и усложняя структуру. Рост культурного и образовательного уровня населения также способствует росту рекреационных потребностей. Поскольку общественное и индивидуальное здоровье – основное национальное достояние, необходимо особое внимание уделить деятельности рекреационной индустрии, приоритетными задачами которой являются: 1) рекреационный маркетинг, учитывающий не только медицинскую статистику заболеваемости, но и разнообразные рекреационные потребности населения, определяющие широту спектра услуг на курортах; 2) составление прогнозов развития рекреационных систем различного уровня на ближайшую и дальнюю перспективу; 3) разработка новых технологий в области использования и воспроизводства рекреационных природных ресурсов и методов санаторно-курортного лечения; 4) подготовка менеджеров индустрии отдыха, работающих на рынке лечебных услуг; 5) поиск эффективных экономических и организационных механизмов по сочетанию территориальных и отраслевых условий рекреационной деятельности.

Итак, в последние годы прослеживается тенденция уделять пристальное внимание своему здоровью, отсюда интерес к здоровому образу жизни, занятиям спортом, которым в учреждениях рекреации стали придавать большое значение и создавать для этого благоприятные условия.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ РЫНКА НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ПРИМЕРЕ РФ

Гаврилов А.И.

Кубанский государственный университет

Фирма, функционирующая в условиях несовершенной конкуренции, не сможет долго работать, оставаясь убыточной, поэтому метод эффективного или предельного ценообразования требует поиска источника для покрытия негативной прибыли. Ее источником могут стать государственные субсидии в адрес фирмы-монополиста. Источником государственных субсидий выступают налоги, собранные на других