

идеального образа познавательного объекта – предмета и явлений действительности. Формирование идеального образа – результат нейродинамических связей первосигнальной и второсигнальной частей человеческого мозга. Разумеется, такая идеальная действительность характерна и для системы языка, поскольку в ней отражены понятия реальной действительности, которые классифицируются, обобщаются и хранятся в памяти человека в виде языковых кодов, знаков.

СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА В РЕКРЕАЦИОННОМ СЕКТОРЕ РЫНКА

Лягайло Л.В., Апанасенко К.В., Воронцова В.А.,
Вукович Г.Г.

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

Для рекреационной деятельности первоочередной интерес представляет именно свободное время, предназначенное для отдыха в широком смысле этого слова (отдыхом может быть и трудовая деятельность, например, физический труд на садовом участке). Рекреация характеризуется величиной времени, в рамках которого происходит восстановление сил. Рекреационное время в свою очередь зависит от уровня производительности общественного труда и характера производственных отношений.

Деятельность человека в свободное время, направленная на восстановление физической и психологической способностей к трудовой деятельности, называется рекреационной и относится к важнейшим проявлениям жизнедеятельности людей, она необходима для нормальной жизни человека. Без такой деятельности в настоящее время невозможен труд как в производственной, так и в непроизводственной сфере. Рекреационная деятельность – это деятельность человека в свободное время, осуществляемая с целью восстановления физических сил человека, а также для его всестороннего развития, и характеризующаяся по сравнению с другими направлениями деятельности относительным разнообразием поведения людей и самооценностью ее процесса.

Рекреационная деятельность человека имеет ряд общественных функций: медико-биологических, социально-культурных и экономических. Содержание медико-биологических функций состоит в восстановлении здоровья лиц, перенесших болезнь и нуждающихся в завершении лечения методами курортологии; оздоровлении практически здоровых людей, т.е. снятии утомления, профилактике заболеваний, в том числе профессиональных. Социально-культурные функции заключаются в удовлетворении потребности познания окружающего мира: природы, истории, культуры. Одним из аспектов этого процесса является развлечение.

ТЕНЕВИЗАЦИЯ МОНЕТАРНОЙ СФЕРЫ РЫНКА РФ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Саенко В.И., Рожкова В.А., Третьяченко Е.В.,
Потапова Е.Н.

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

Общая концепция формирования стратегии управления поведением потребителей на розничном рынке банковских услуг в условиях высокой степени теневизации российского рынка заключается в следующем: 1) необходимо преодолеть прежний подход к реформам, игнорирующий происходящие социальные процессы и требования поддержки широких слоев населения; 2) целесообразно разработать качественно новую модель, в которой социальная составляющая выступает и как цель, и как фактор трансформации банковского сектора при соблюдении баланса рыночной и социальной эффективности; 3) внедрить комплекс мер по высветлению розничного рынка банковских услуг, ориентированный на легитимность как ключевую характеристику банковских технологий обслуживания населения.

Инновации на розничном рынке банковских услуг должны базироваться на новшествах, способных превратиться в социальную инновацию как залог эффективности воспроизводства как для субъекта – банка, так и для ее объекта – населения (индивидуальных потребителей). Воспринимаемые обществом новшества способны удовлетворять потребности населения, решать актуальные социально-экономические проблемы, превращаясь в социальные инновации. Считаем целесообразным установление восприимчивости рынком осуществляемых банком нововведений путем исследования среды их внедрения и определение на этой основе приемлемых для потребителей банковских услуг инноваций, проведение эмпирических социологических исследований потребительского рынка как среды внедрения передовых технологий обслуживания населения.

Требования банковского маркетинга обуславливают необходимость разработки, освоения, продвижения и обслуживания банковских услуг, которые привлекают потребителей-новаторов, удовлетворяют их запросы и обеспечивают необходимую прибыль.