

Само понятие «брендинг» сегодня включает в себя: современные знания о культуре и языке; образовании; аспекты жизни человека, которые влияют на восприятие, а значит и на продвижение товаров или услуг.

На сегодняшний день ни один бренд на рынке не находится в вакууме. Различные бренды активно взаимодействуют друг с другом, пересекаясь в рекламе, в кинофильмах и т.д. Бренды, по сути, взаимодействуют даже на страницах СМИ. Разумеется, неодушевленный объект потребления сам по себе, не может с чем-либо контактировать, но, если мы говорим об образах, которые созданы во внутреннем мире человека, они как раз находятся в динамике, постоянно взаимодействуя как с другими брендами, так и с личностными ценностями человека, проверяя себя и человека на предмет соответствия или несоответствия этим ценностям.

В такой среде, задачей производителя, сознательно выводящего свой товар не на один день, - наделять продукт определенными рациональными и эмоциональными характеристиками, которые совокупно должны "создать правильное позиционирование" товара в голове потенциального потребителя и со временем привязать потребителя к бренду.

Таким образом, современный бренд старается решить, как можно больше проблем потребителя, причем не только за счет своих уникальных свойств, функций, относящихся к физическим атрибутам и характеристикам. Бренд предлагает комплекс решения проблем, в том числе - по отчуждению человека от общества и человека от самого себя, ограничивая его информационное поле.

УДК 336.7: 338 (575.1).

Направление совершенствования механизма иностранных инвестиций в Республике Беларусь

Тимошенко О.А.

Научный руководитель старший преподаватель Веренич Г.Д.

Белорусский национальный технический университет

Несмотря на сложившуюся в последние годы положительную тенденцию поступления иностранных инвестиций в реальный сектор экономики Беларуси, иностранным инвесторам всё ещё не хватает на белорусском рынке надежных институциональных рамок для развития сотрудничества. Существует ряд проблем, которые актуальны для нашей страны: высокий уровень налогообложения, недостаточная стабильность и четкость законодательства, недостаточно развитая система страхования инвестиционной деятельности и др. В таких условиях необходима система

организационно-экономических мероприятий по стимулированию инвестиционной привлекательности Республики Беларусь.

Исследование параметров привлечения прямых иностранных инвестиций и оценка их влияния на развитие экономики Республики Беларусь свидетельствует о необходимости стимулирования притока прямых иностранных инвестиций в национальную экономику для увеличения ее международной конкурентоспособности.

Принимая во внимание перспективы динамики прямых иностранных инвестиций под влиянием мирового экономического и финансового кризиса необходимо констатировать, что наша страна находится в окружении государств, обладающих значительной привлекательностью для прямых иностранных инвестиций в среднесрочной перспективе. Это значит, что довольно большое число прямых инвесторов выберет для размещения производств не Республику Беларусь, а соседние страны. В данных условиях подтверждается необходимость решительного и последовательного реформирования экономики Беларуси.

Таким образом, последовательная реализация системы мероприятий в экономике Республики Беларусь будет способствовать росту её международной привлекательности и надежности в качестве делового партнера, повышению конкурентных позиций и извлечение выгод из пока ещё неиспользованного потенциала развития.

УДК 37:372.8

Гендерные аспекты ведения переговоров

Тимошенко О.А.

Научный руководитель к.п.н., доцент Володько О.М.

Белорусский национальный технический университет

В условиях структурных изменений и политической жизни современного общества, трансформации форм собственности и социально-трудовых отношений особую актуальность приобретает изучение гендерных аспектов ведения переговоров. Это также обусловлено противоречивостью сочетания сотрудничества и конфликтности, вызванной гендерным неравенством.