

помощью специального оборудования – «Neurotrend», «Лаборатория мозга», «Psyhea» и другие [3].

В Беларуси нейромаркетинг используется не так активно, да и не все потребители положительно относятся к приемам нейромаркетинга, считая их манипуляцией. Тем не менее, по мере его развития и повышения качества маркетинговых исследований, у производителей и продавцов появится возможность более эффективно продвигать свою продукцию и услуги.

Заключение. Таким образом, использование приемов нейромаркетинга в своей деятельности может оказать положительное влияние на имидж и узнаваемость бренда. Нейромаркетинг дает более глубоко понятие о нуждах и потребностях покупателя и, тем самым, способствует повышению эффективности работы предприятия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дули, Роджер. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя/ Р. Дули. – М.: Попурри, 2019. – 336 с.
2. Нейромаркетинг в действии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/mozg_potrebitelya/. – Дата доступа: 12.03.2021.
3. Трайндл, Арндт. Нейромаркетинг/А. Трайндл. – М.: Альпина Паблишер, 2020. – 114 с.

УДК 330.322

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

*К.М. Михайлов, студент группы 10503119 ФММПБНТУ,
П.А. Вербицкий, студент группы 10503119 ФММПБНТУ,
научный руководитель – к.э.н, доцент П.П. Артемьев*

Резюме – в научной работе рассматривается вопрос того, что в современном мире успех и перспективы экономического развития каждого государства определяются, как правило, степенью его активного участия в процессе международного движения капиталов и международного разделения труда. Невозможно представить себе современную мировую экономическую систему без рынка капиталов.

Summary – the article examines that in the modern world, the success and prospects of economic development of each state are determined, as a rule, by the degree of its active participation in the process of the international movement of capital and the international division of labor. It is impossible to imagine modern world economic system without a capital market.

Введение. В современном мире в режиме жесткой конкуренции, каждое государство пытается повысить свои конкурентные позиции на международных рынках. Всего этого можно достигнуть за счет модернизации производства, внедрение инновационных технологий, как в производстве,

так и в вопросах продвижения и реализации продукции и управления. Все это невозможно осуществить без дополнительных инвестиций, одним из источников которых, является иностранный капитал.

Основная часть. Инвестиции – определенное вложение каких-либо средств для создания нового предприятия, его модернизации, освоение новых технологий, техники с целью увеличения прибыли или производства.

Важно понимать: инвестирование и кредитование – это разные вещи. Кредитование связано с тем, что денежные средства выделяются для реализации какого-либо проекта под определенный процент, но в свою очередь данные денежные средства подлежат возврату в течение определенного времени. Инвестирование устроено таким образом: лицо вкладывает средства в различной форме на долгосрочной основе одновременно при отсутствии необходимости их возврата. Они ориентированы, как правило, на получение прибыли в различной форме.

Инвестиции можно классифицировать по различным признакам. Главным признаком классификации является объект вложения капитала, на основании которого выделяют прямые и финансовые инвестиции.

Обычно прямые инвестиции предполагают финансирование денежных средств в реальные активы с целью получения прибыли. Возможно участие инвестора в управлении предприятием. В свою очередь финансовые инвестиции выступают в форме ценных бумаг. Они также приносят прибыль на долговременной перспективе, не предполагая непосредственного участия инвестора в управлении предприятия [2].

Как правило, экспортоориентированные страны получают большую выгоду от прямых иностранных инвестиций, нежели страны ориентированные на импортозамещение.

В Республике Беларусь большое внимание уделяется привлечению прямых инвестиций. Рассмотрим на график по областям республики [1].

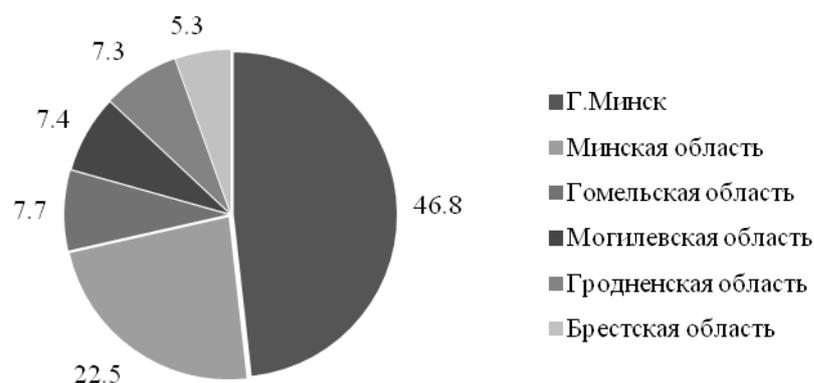


Рисунок 1 – Распределение прямых инвестиций

Источник: разработка на основе [1] и [2].

Из графика можно заметить неравномерное инвестирование в Республике Беларусь. Большая разница по инвестированию имеется между столичной областью и остальными. Это говорит нам о том, что остальные об-

ласти отстают от столицы своими технологиями на предприятиях, что не является хорошим показателем. Все вышеперечисленное может привести к тому, что столица и столичная область будут стремительно развиваться, в отличие от других областей, что приведет к большому дисбалансу, потому что области страны не смогут успевать за столичной модернизацией производства. Это, в свою очередь, приведет к большой разнице в уровне жизни населения данных областей.

Для улучшения инвестиционной привлекательности нашей страны и решения некоторых проблем инвестиционной политики следует создавать благоприятные условия для ведения бизнеса: снижение налоговой нагрузки, стимулирование политической и макроэкономической стабильности, снижение коррупции, формирование стабильности и прогнозируемости бизнес-среды.

Заключение. Модернизация национального производства в настоящее время является важнейшим атрибутом экономического развития Республики Беларусь. Решением данной проблемы при ограниченных ресурсах могут стать прямые иностранные инвестиции. Это, в свою очередь, будет способствовать повышению эффективности экономической системы Республики Беларусь в целом.

В данной работе были рассмотрены основные особенности инвестиций и методы их привлечения, а также проведен анализ прямых инвестиций на данный момент.

ЛИТЕРАТУРА

1. Транспортный комплекс Республики Беларусь. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/ru/pezzultat-ru/>. Дата доступа – 27.02.2021
2. Зубко Н.М., Каллаур А.Н., Зубко А.Н. Национальная экономика Беларуси: Кр. курс л. - Минск: ТетраСистемс, 2016. - 224 с.

УДК 339.138

СПОСОБЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА МАЛОГО БИЗНЕСА

*Д.В. Овсяник, студентка группы 10504219 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель Е.А. Готовцева*

Резюме – в данной научной работе рассказано о важности присутствия маркетинга в малом бизнесе, представлены ключевые направления маркетинга, а также описаны основные способы организации маркетинга на малом предприятии.

Summary – this scientific work talks about the importance of the presence of marketing in a small business, presents the key areas of marketing, and also presents the main ways of organizing marketing in a small business.