

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ

ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ И ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

<i>Д.И. Акалович</i> РАЗВИТИЕ ИНЖИНИРИНГОВЫХ ЦЕНТРОВ НА БАЗЕ УНИВЕРСИТЕТА.....	4
<i>Е.А. Бабей</i> РОЛЬ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ.....	6
<i>М.С. Безун, Н.С. Голубович</i> АНАЛИЗ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В СТРАНЫ ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ.....	8
<i>М.С. Безун, Н.С. Голубович</i> ВНЕРЫНОЧНАЯ СРЕДА И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ИННОВАЦИИ.....	11
<i>Н.Д. Бодунов</i> ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ И ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ ЛИЗИНГА.....	13
<i>В.А. Бондаронак</i> РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ПРОЦЕССЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ.....	15
<i>Е.С. Бондарчук</i> НАУКА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯИННОВАЦИОННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	17
<i>А.А. Брейдак</i> ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РАСХОДОВ В БЕЛАРУСИ.....	19
<i>П. Г. Авдеенко, Е.В. Вовчок</i> РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЕРЕВОЗОК В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	22
<i>А.Р. Волкова</i> УНИВЕРСИТЕТСКИЙ ТЕХНОПАРК КАК ОСОБАЯ СРЕДА ПО СОЗДАНИЮ И «ВЫРАЩИВАНИЮ» ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	25
<i>А.Л. Володось, Т. В. Мороз</i> ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН В БЕЛАРУСИ.....	27
<i>А.Л. Володось, К. И. Демьянец</i> ДИЗАЙН-МЕНЕДЖМЕНТ И ЛИДЕРСТВО В ДИЗАЙНЕ.....	29
<i>Л.А. Голод</i> ДИЗАЙН КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ОПТИМАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ.....	32
<i>А.А. Горецкая</i> РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ.....	34
<i>М.Р. Грамина</i> ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТЬ МАТЕРИАЛОВ В ПРОМЫШЛЕННОМ ДИЗАЙНЕ.....	37
<i>М.Р. Грамина, Л. А. Голод</i> ИННОВАЦИИ ДЛЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ГИГАНТА ОАО «БЕЛАЗ».....	39
<i>В.Д. Губанова</i> АНАЛИЗ СООТВЕТСТВИЯ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ТРЕБОВАНИЯМ МААСТРИХТСКОГО ДОГОВОРА.....	42
<i>Е.И. Гудкова</i> ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ МОШЕННИЧЕСТВУ СО СТОРОНЫ ФРАНЧАЙЗЕРА ПРИ ПОКУПКЕ ФРАНШИЗЫ.....	45
<i>Н.С. Дыро</i> ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ.....	47

<i>О.И. Жук</i> ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ПРИНТЛЮКС»)	49
<i>В. В. Жуковская</i> ОСНОВНЫЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ РИСКОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ВЫДАЧЕ КРЕДИТОВ БАНКАМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	52
<i>Е. В. Журавлева</i> ОСНОВНЫЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ КРЕДИТОПОЛУЧАТЕЛЕЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ЗАРУБЕЖНЫМИ БАНКАМИ	54
<i>М.А. Журавская</i> МЕТОДЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ	57
<i>А.И. Журавская</i> ВЛИЯНИЕ 3D-ТЕХНОЛОГИЙ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА	59
<i>А.А. Зяцц</i> АНАЛИЗ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА РБ	61
<i>Е.В. Золотова</i> ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В КОНТЕКСТЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ	64
<i>А. В. Иванова</i> ВЛИЯНИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ	66
<i>Е.Г. Иванова</i> ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТАВКИ ДИСКОНТИРОВАНИЯ С ПОЗИЦИИ ИНВЕСТОРА И ПРЕДПРИЯТИЯ, РЕАЛИЗУЮЩЕГО ПРОЕКТ	68
<i>А.П. Инжеватов, Е.Д. Ивинская</i> ПОВЫШЕНИЕ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ МАГАЗИНА ЗА СЧЁТ ВНЕДРЕНИЯ «УМНОЙ КОРЗИНЫ»	71
<i>В.Д. Соловьева, Д.С. Клинова</i> ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ МЕТОДОМ ВЕНЧУРНОГО КАПИТАЛА	73
<i>Е.С. Кологрив</i> РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ	75
<i>А.В. Коник</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА	77
<i>А.Д. Космынина, И.М. Сафьян</i> УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	80
<i>А.Д. Космынина, И. М. Сафьян</i> СИСТЕМА АДАПТИВНОГО ОСВЕЩЕНИЯ ДЛЯ АВТОМОБИЛЕЙ	83
<i>В.К. Красковская</i> АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО КЛИМАТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	85
<i>А.Г. Леончик</i> СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ТРЕНИНГОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ	87
<i>А.И. Лобанок</i> РЕШЕНИЕ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОЙ ЗАДАЧИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ОАО «БАБУШКИНА КРЫНКА» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПАКЕТА ПРИКЛАДНЫХ ПРОГРАММ МАТЛАВ	90
<i>А.И. Лобанок</i> ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩАЯ МОЙКА И ОЧИСТКА АВТОМОБИЛЕЙ	94
<i>А.И. Лобанок</i> ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА КАК УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАЧЕСТВА ПРОИЗВОДИМОЙ ПРОДУКЦИИ	97

<i>Ю.А. Ломако</i> ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	99
<i>А.П. Макаренко</i> АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ, ВОЗДЕЙСТВУЮЩИХ НА ЭФФЕКТ ФИНАНСОВОГО РЫЧАГА.....	101
<i>В.В. Марцинкевич</i> ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ. ИХ ОЦЕНКА И СПОСОБЫ СНИЖЕНИЯ.....	103
<i>Машаринова Шахла</i> ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	106
<i>Е.И. Можейко</i> КРАУДФАНДИНГ КАК СПОСОБ ИНВЕСТИРОВАНИЯ.....	108
<i>М.А. Плендукова</i> АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «КЕРАМИКА», РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ МЕТОДОВ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ.....	110
<i>Е.П. Плешевич</i> РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	113
<i>А.В. Подгурский</i> ИССЛЕДОВАНИЕ АКЦИЗНОЙ НАГРУЗКИ НА ОТДЕЛЬНЫЕ КАТЕГОРИИ АЛКОГОЛЬНЫХ И ТАБАЧНЫХ ПРОДУКТОВ В РАЗНЫХ СТРАНАХ МИРА.....	115
<i>Д.С. Савицкая</i> ИННОВАЦИИ – ОСНОВНОЙ АСПЕКТ МАРКЕТИНГА.....	118
<i>Н.А. Скрипель</i> ФАКТОРЫ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА И ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	120
<i>Н.А. Скрипель</i> НЕЙРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД НА ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ.....	123
<i>В.Д. Соловьёва</i> АЛГОРИТМ СОЗДАНИЯ КАРТЫ ПОТОКА ЦЕННОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	124
<i>Т.С. Станкус</i> АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ.....	127
<i>А.В. Сыса</i> ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ НЕОФИЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ.....	130
<i>А.В. Сыса, Е.О. Чекатовская, А.О. Зимницкий</i> ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	132
<i>А.В. Сыса, Е.О. Чекатовская, А.О. Зимницкий</i> ПАТЕНТНЫЙ ЛАНДШАФТ КАК НЕОБХОДИМАЯ ПОИСКОВАЯ СИСТЕМА.....	135
<i>Ю.С. Хруцкая</i> СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА.....	138
<i>Ю.С. Хруцкая</i> РОЛЬ И МЕСТО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	140
<i>Е.О. Чекатовская</i> ВЕНЧУРНЫЕ КОМПАНИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	143
<i>Н.Ю. Черняков</i> РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА ПРЕДПРИЯТИЯ (ОРГАНИЗАЦИИ).....	146
<i>В.С. Чижевский</i> МЕТОДЫ И ПРИЁМЫ СНИЖЕНИЯ РИСКОВ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ.....	149

<i>В.О. Шимко</i> РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ИЗДАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	152
<i>Ю.И. Якубец, К.А. Шлыкова</i> ИНВЕСТИРОВАНИЕ СТАРТАП ПРОЕКТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.....	154

СЕКЦИЯ

DOING BUSINESS IN MODERN WORLD ECONOMY

<i>D.I. Akalovich</i> COMPETITIVE INTELIGENCE.....	156
<i>Z. Aksenchik</i> THE CORPORATE CULTURE OF THE ORGANIZATION AS COMPONENT OF CRISIS MANAGEMENT..	158
<i>A.V. Aksenchik</i> LEASING AS A FORM OF INVESTMENT ACTIVITY.....	160
<i>J.S. Altukhova</i> LAWS OF CUSTOMERS' BRAND CHOICE.....	162
<i>E.V. Belchikova</i> JUST PR.....	164
<i>K.S. Berdanova</i> BUSINESS IS AN INTEGRAL PART OF THE MODERN WORLD.....	165
<i>M. Bondarchuk</i> MONETIZATION OF GLOBAL TRENGS BY THE EXAMPLE OF HEALTHY LIFESTYLE TREND.....	168
<i>E.S Bondarchuk</i> NEW TYPES OF ADVERTISING AS A WAY TO PROMOTE BUSINESS.....	170
<i>E.U. Bryntseva</i> NEW APPROACHES TO DEVELOPING ATTRACTIVE SLOGANS.....	172
<i>E.V. Vovchok</i> THE MAIN REASONS OF THE BELITA'S SUCCESS ON THE INTERNATIONAL MARKET.....	175
<i>A.L. Volodos</i> MEASURING DESIGN.....	177
<i>K.K. Vorobyeva</i> THE WAY OF HOLDING NEGOTIATIONS IN DIFFERENT COUNTRIES.....	179
<i>A.A. Vyushina</i> MODERN MANAGEMENT-THE PHILOSOPHY OF BUSINESS.....	181
<i>A.M. Gladysh</i> INCREASING OF COMPANIES' EFFECTIVENESS THROUGH THE TEAMBUILDING.....	182
<i>L.A. Golod</i> STRONG BRAND AS A COMPETITIVE ADVANTAGE OF A COMPANY.....	184
<i>A.A. Goretskaya</i> THE MOST FAVOURABLE COUNTRIES FOR DOING BUSINESS.....	186
<i>M.R. Hramina</i> PROBLEMS OF REALISATION ENTREPRENEURIAL INTENTIONS AMONG STUDENTS ON THE GROUND OF BELARUSSIAN ECONOMIC AND SOCIAL ENVIRONMENT.....	188
<i>V. Hubanova</i> DOING BUSINESS IN YOUTUBE.....	190

<i>A.S. Dashuk</i>	
OUTSOURCING AS A WAY FOR COMPANIES TO REDUCE COSTS.....	192
<i>K.I. Demyanets</i>	
ORGANISATION OF MANUFACTURING ACTIVITY.....	194
<i>K.M. Dziaishchyk</i>	
THE IMPACT OF TECHNOLOGIES ON DOING BUSINESS IN MODERN WORLD ECONOMY.....	196
<i>S.V. Dorofeev</i>	
EFFECTIVE ESTABLISHMENT OF BUSINESS IN THE MODERN WORLD.....	197
<i>V. Doroshenko</i>	
ECONOMIC CONDITIONS IN TERMS OF STIMULATING SMALL AND MEDIUM SIZED BUSINESSES IN THE WORLD ARENA.....	199
<i>K.J. Dubatouka</i>	
MODERN PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS.....	201
<i>S.A Dylenok</i>	
BELAVIA: NEW MARKETING MOVES.....	203
<i>E.O. Ermolovich</i>	
MOTIVATION OF PERSONAL AS THE KEY OF SUCCESS IN BUSINESS.....	204
<i>T.V. Zhuk</i>	
THE ROLE OF INDIVIDUAL ENTREPRENEURSHIP IN THE MODERN WORLD ECONOMY.....	206
<i>D.A. Zhukovets</i>	
ELECTRONIC HUMAN RESOURCE MANAGEMENT SYSTEM: THE MAIN ELEMENT IN POTENTIAL OF COMPANIES.....	208
<i>V.V. Zhukovskaya</i>	
METHODOLOGY FOR ASSESSING THE CREDITWORTHINESS OF THE BORROWER.....	209
<i>Y. I. Zhukovskaia</i>	
MOBILE APP AS A PROMOTER OF YOUR BUSINESS.....	211
<i>A. Ivanova</i>	
DOING BUSINESS IN THE CONTEXT OF THE CREATIVE INDUSTRIES.....	213
<i>E.I. Ivashina</i>	
THE ROLE OF MORPHOLOGICAL ASPECTS IN ADVERTISING SLOGANS.....	215
<i>K.I. Kaledina</i>	
CROSS-CULTURAL MANAGEMENT.....	217
<i>J. Kalenchak</i>	
THE ROLE OF EVENT VOLUNTEERING FOR PEOPLE AND ORGANISATIONS.....	219
<i>V. Kireev</i>	
THE ROLE OF BUSINESS INCUBATORS IN THE DEVELOPMENT OF SMALL-SCALE BUSINESSES....	221
<i>H.V. Kisel</i>	
COMPANY'S COMPLIANCE RISK MANAGEMENT.....	223
<i>D.S. Klinova</i>	
VENTURE CAPITAL METHOD FOR COMPETITIVENESS ASSESSMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY.....	225
<i>D.S. Klyuko</i>	
ATHLETES IN BUSINESS: WHAT UNITES A CHAMPION AND A SUCCESSFUL ENTREPRENEUR.....	227
<i>E.V. Kovalevich</i>	
MARKETING IN A REAL LIFE.....	229
<i>N.O. Kandratsiuk</i>	
NEUROMARKETING ERA.....	231
<i>A.V. Konik</i>	
NON-MATERIAL MOTIVATION – THE KEY TO SUCCESS.....	234

<i>K. Kornilova</i>	
UNCONVENTIONAL ADVERTISING METHODS IN MODERN BUSINESS.....	237
<i>V.V. Korobach</i>	
THE CHOICE OF THE SCOPE OF THE ACTIVITIES WHEN OPENING A NEWW BUSINESS.....	239
<i>R.A.Korolev</i>	
PECULARITIES OF DOING BUSINESS IN NORWAY AND IN BELARUS.....	241
<i>K.V. Korolenko</i>	
BUSINESS AS ART.....	243
<i>Y.V. Korotkina</i>	
PERSUASION AND PARTICIPATION AS ONE OF THE ELEMENTS OF MANAGEMENT.....	245
<i>P.V. Korchyk</i>	
THE PROBLEMS OF CREATING A PROFITABLE STARTUP.....	246
<i>H.D. Kasmynina</i>	
BUSINESS ETHICS AND BUSINESS RELATIONS.....	249
<i>E.V.Kudzi</i>	
THE TENDENCY OF DECLINE IN INVESTMENT ACTIVITY IN THE REPUBLIC OF BELARUS AND WAYS TO OVERCOME IT.....	251
<i>K.V. Kuzmich</i>	
THE ROLE OF DESIGN IN BUSINESS.....	253
<i>O.V. Larchenko</i>	
SALES PROMOTION.....	254
<i>A.A. Lashuk</i>	
METHODS OF EXPRESSION EMOTIONS IN ENGLISH OR LANGUAGE GAMES IN COMMUNICATION	256
<i>M.A. Lipski</i>	
DISTRIBUTION AS A MOVING FORCE OF TRADING.....	258
<i>A.G. Lira</i>	
BLOGGING AS A MARKETING TOOL.....	260
<i>Y.A. Lamaka</i>	
STRATEGIC ALLIANCE AS A TOOL OF BELARUSIAN COMPANIES IN TODAY'S COMPETITIVE ENVIRONMENT.....	262
<i>Y.I. Likyantseva</i>	
THE INFLUENCE OF ADVERTISING ON DOING BUSINESS.....	264
<i>A.U. Mahankov</i>	
APPROACHES TO IMPROVEMENT. THE CYCLE OF PERFECTION. METHODS FOR IMPROVING BUSINESS PROCESSES.....	266
<i>D. Machecha</i>	
PSYCHOLOGY OF PERSUASION AS A MARKETING STRATEGY.....	269
<i>L.N. Mashkouskaya</i>	
DIFFERENT WAYS OF RECRUITMENT IN MODERN CONDITIONS. THEIR ADVANTAGES AND DISADVANTAGES.....	271
<i>A.Y. Mitrochina</i>	
FEATURES OF DOING BUSINESS IN DIFFERENT COUNTRIES.....	273
<i>V. Mitskevich</i>	
MERCHANDISING IS AN EFFECTIVE MARKETING TOOL.....	275
<i>T.V. Moroz</i>	
HUMAN CAPITAL AS THE GREATEST ASSET OF THE COMPANY.....	277
<i>D.M. Narbutovich</i>	
THE PROBLEMS OF INDIVIDUAL BUSINESS BASED ON PHOTOGRAPHY.....	279
<i>V.A. Novik</i>	
FROM HUMAN TO HUMANITY.....	280

<i>K.A. Novitskaya</i>	EMPLOYMENT MARKET OF FUTURE.....	282
<i>N. Olehnovich</i>	ONLINE RETAILING AS A WAY OF STIMULATING BUSINESS GROWTH.....	284
<i>D.V. Petrul</i>	LOGISTICS AS A FACTOR OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE.....	286
<i>N.A. Petruchik</i>	NEW WAYS OF SELF PROMOTION FOR POTENTIAL EMPLOYER; USEFUL TIPS.....	288
<i>Y.S.Petukh</i>	ELON MUSK: IT TAKES ONE PERSON TO CHANGE THE WORLD.....	289
<i>E.P. Pleshevich</i>	ELECTRONIC BUSINESS IN MODERN ECONOMY.....	292
<i>D.A. Paliksha</i>	DIGITAL MARKETING STRATEGY FOR A PREMIUM ECOMMERCE BRAND.....	293
<i>A.L. Pochtovyy</i>	THE LEAN STARTUP.....	295
<i>S.I. Ryabchinski</i>	SELLING FOOD PRODUCTS ONLINE.....	297
<i>D.V. Savkova</i>	THE SHARING ECONOMY AS A NEW WAY OF DOING BUSINESS.....	299
<i>U. Safronava</i>	TIME MANAGEMENT AS A MEANS OF INCREASING EMPLOYEES' PRODUCTIVITY.....	301
<i>I.M. Safyan</i>	INNOVATIONS AS A FOUNDATION FOR INCREASING COMPETITIVENESS.....	303
<i>V.N. Sachkovsky, V.A. Butskevich</i>	PRICETAG DESIGN AS SUBCONSCIOUSLY INFLUENCING FACTOR.....	305
<i>M.V. Sentsova</i>	DOING BUSINESS IN THE MODERN WORLD ON THE EXAMPLE OF THE STRABUCKS.....	307
<i>D.V. Skorik</i>	NEW WAYS OF DOING BUSINESS.....	309
<i>V. Skrynnik</i>	INTELLECTUAL PROPERTY AS A KEY POSITION IN DOING BUSINESS TODAY.....	312
<i>T. Stankus</i>	FINANCIAL LEVERAGE AS A WAY OF FORMING THE CAPITAL STRUCTURE OF THE ENTERPRISE	314
<i>A.A.Tarashchuk</i>	THE ROLE OF DESIGN IN LEADING BUSINESS.....	315
<i>A.K. Temicheva</i>	ANALYSIS OF QUEUING SYSTEM POTENTIAL AT AN ENTERPRISE.....	317
<i>D. Tihonovskaya</i>	WAYS OF NON-FINANCIAL INCENTIVES.....	320
<i>M. Tihonchuk</i>	TERRITORIAL BRANDING IN BELARUS.....	322
<i>Y. Fortel</i>	NEUROMARKETING IN PROMOTION OF BELARUSIAN AND FOREIGN BUSSINESSES ONLINE.....	323
<i>K.R. Khasanova</i>	PERSONAL MOTIVATION AS A FACTOR OF INCREASING PRODUCTIVITY.....	326
<i>P. Khramiankou</i>	TURNING A HOBBY INTO A BUSINESS OPPORTUNITY.....	328

<i>P. Charnautsova</i> PROJECT MANAGEMENT IN CREATIVE AGENCY.....	330
<i>T.M Shadryna</i> PERSONNEL MANAGEMENT SECRETES.....	333
<i>Ю.А. Илёмович</i> WOMEN IN THE MODERN BUSINESS WORLD.....	334
<i>N.S. Shiyar</i> PROBLEMS OF MODERN ECONOMY.....	336
<i>K.A. Shlykova</i> THE ESSENCE AND METHODS OF GLOBAL COMPETITION.....	338
<i>V.V. Shust</i> THE ESSENCE AND SIGNIFICANCE OF A BRAND.....	341
<i>W.A. Hekmat</i> SCALING UP A BUSINESS: SOME TIPS AND TRICKS.....	343
<i>J.I. Yakubec</i> WILES OF MARKETERS.....	346
<i>D.A. Yarovskaya</i> SUCCESS IN COMPUTER GAME INDUSTRY.....	347