

ными направлениями развития маркетинговых стратегий страховщиков Республики Беларусь являются следующие: объединение страхованых с другими финансовыми услугами; развитие комплексных его форм и коллективных договоров; предложение полисов с участием в прибыли страховщика, ряд других.

*Зарькова И. М., Брестский государственный университет (Брест)*

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Малые предприятия составляют фундамент рыночных экономик. Малым предприятиям свойственны высокая динамичность, маневренность, конкурентный характер производства и его демократизация. Они обладают большей жизнеспособностью, финансовой устойчивостью.

В Республике Беларусь предпринимательство существует более 10 лет. В качестве главного критерия отнесения предприятий к одной из размерных групп (малые, средние и крупные) принимается численность работников с дифференциацией по отраслям экономики.

Финансовыми источниками инвестиций малых предприятий выступают собственные средства предприятий, кредиты, выплаты из бюджета и иностранные инвестиции.

На основе анализа статистических данных доказывается гипотеза, что объемы инвестиций зависят от размера малых предприятий. То есть возможно существование зависимости вида:

– инвестиции на единицу произведенной продукции (I/ОП) от численности занятых на предприятиях (ЧЗ);

– инвестиции на единицу произведенной продукции (I/ОП) от объема произведенной продукции (ОП);

Эти предположения были проверены на статистических данных по 109 подотраслям малых предприятий Брестской области. Расчеты осуществлялись с помощью прикладной программы Statistica 6.0. В результате было подтверждено первое предположение – зависимость инвестиций на единицу произведенной продукции от размера предприятия:

$$\frac{I}{ОП} = 182,46 \frac{ЧЗ}{99,647} + 0,1068 \frac{ОП}{0,0101} \quad R^2 = 0,98; \quad t = 18,28$$

Данная регрессия значима.

Второе предположение по исследуемым данным подтверждено не было – построенные регрессионные модели оказались незначимыми.

Можно сделать вывод, что объем вкладываемых инвестиций зависит от размера малых предприятий: чем больше предприятие, тем больше инвестиций на единицу продукции вкладывается в его дальнейшее развитие.

*Затонец Н.Д., Тарелко В.В., БНТУ (Минск)*

## **ПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Единого мнения о происхождении термина «презентация» не существует.

Под этим термином следует понимать представление общественности чего-то нового, с определенными целями.