

На вопрос про выбор баннера, который заинтересует большую часть людей: блестящий или информативный, 57,1 % опрошенных ответили, что больше их привлекает блестящий. Это объясняется тем, что любой человек в первую очередь останавливает свое внимание на чем-то необычном, ярком, а затем он только прочтет информацию.

После проведенного исследования можно сделать вывод, что нейромаркетинг вполне обоснованно вызывает ряд противоречивых суждений. Разумеется, его методики позволяют эффективно влиять на уровень продаж и оказывать заметное воздействие на принятие решения о покупке. Однако если посмотреть на нейромаркетинг со стороны потребителя, его технологии оказываются еще более неэтичными, чем другие маркетинговые приемы [3].

Решение о допустимости подобных приемов остается за каждой компанией, однако важно помнить – потребители развиваются вместе с брендами, статьи о нейромаркетинге доступны не только маркетологам, а повторяющиеся мотивы в рекламных кампаниях разных брендов легко заметить. Поэтому очень важно научиться умело пользоваться методами нейромаркетинга.

#### Литература

1. Агапов, Р. И. Нейромаркетинг в ритейле / Р. И. Агапов. – Режим доступа: <https://www.crystals.ru/articles/nejromarketing-v-ritejle>. – Дата доступа: 05.03.2021.
2. Жестков, Н. В. Нейромаркетинг: Выжимка из 12 книг / Н. В. Жестков. – Режим доступа: <https://in-scale.ru/blog/nejromarketing/>. – Дата доступа: 05.03.2021.
3. Бакунин, М. М. Нейромаркетинг. Как нейрпсихология помогает продавать / М. М. Бакунин. – Режим доступа: <https://bakunin.com/neuromarketing/>. – Дата доступа: 07.03.2021.
4. Болтовнин, И. С. Нейромаркетинг / И. С. Болтовнин. – Режим доступа: <https://4brain.ru/blog/neuromarketing/>. – Дата доступа: 07.03.2021.

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ МОРСЬКИХ ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕНЬ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Ю. В. Лісовик

*Кременчуцький національний університет  
імені Михайла Остроградського, Україна*

Науковий керівник О. М. Збиранник

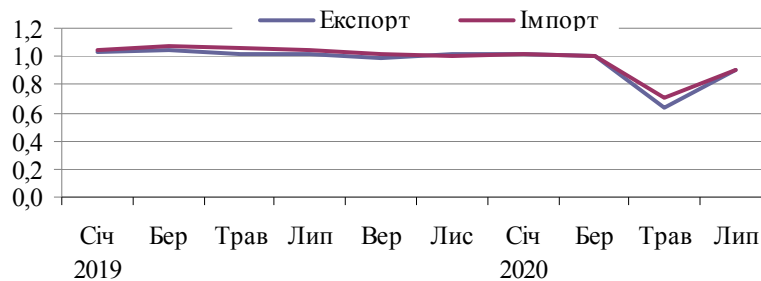
По всьому світу досі діють карантинні дії через коронавірус, це призводить до припинення глобалізації між різними країнами світу. Пандемія обмежила рух робочої сили, обмін інформацією став в більшості випадків лише електронним (дистанційно), різні бізнеси як великі так і малі отримали великі збитки, а деякі навіть припинили своє існування. Тому доцільно дослідити питання як саме змінилась глобалізація з початку пандемії? В який бік ці зміни пішли, в гірший або в кращий?

Глобалізація завжди займала важливе місце в світовій економіці. Глобалізація – це прискорення, активізація взаємодії та інтеграції між людьми, компаніями та урядами різних країн [1]. Завдяки їй обмін інформацією, матеріальними ресурсами та просто найрізноманітнішими товарами між людьми з різних країн та континентів став набагато легшим.

Розглянемо популярний спосіб перевезень на сьогодні – морські вантажоперевезення. Морські вантажоперевезення товарів мають гідності, такі як: ергономічність транспорту, можливість перевозити будь-які види товарів великими партіями, доступ в будь-якої точки світу, де є порти, оперативне виконання перевалочних процесів.

Вони не завжди були такими ефективними якими ми можемо побачити в 21 столітті. Поштовхом до сучасності стала незвичайна задумка звичайного підприємця Малькольма Перселла Макліна. Його ідея полягала в заміні застарілих мішків, бочок, тюків та ящиків на так звані «контейнери». Перед реалізацією своїх задумів йому знадобилось витратити багато часу та сил для накопичення грошей. Після клопітливої роботи над дизайном сталевих контейнерів і палуб кораблів для їх перевезення, нарешті був запущений перший в світі контейнеровоз «IdealX» [2]. Даний винахід став стандартом для всіх сучасних контейнерних перевезень. Вони дали змогу не тільки дуже здешевіти цінам на транспортування товарів, а й скоротити час навантаження їх на кораблі, що зробило новий спосіб революційними.

Якщо проаналізувати морські вантажоперевезення з початку пандемії, можна прослідкувати багато змін, як в експорті так і імпорті між країнами. На прикладі Європейського союзу розглянемо зміни в цій галузі (мал. 1).

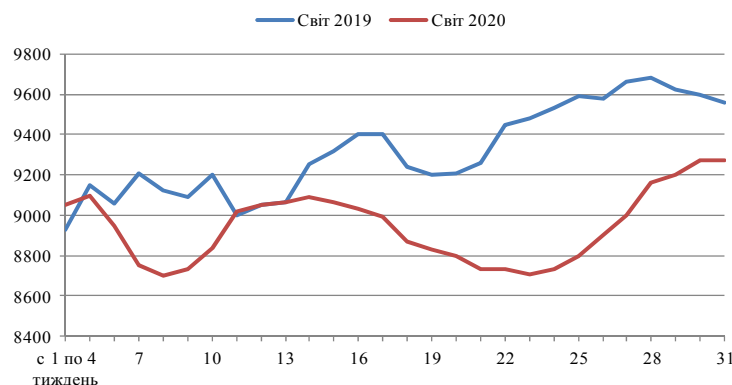


Індекс USD (долара); Грудень 2019 = 1.0.

Мал. 1. Сезонно скоригована щомісячна торгівля товарами в Європейському союзі [3]

Згідно щомісячним даним на рис. 1, в Європейському союзі з грудня до липня 2020 року експорт знизився на 7%, що показує, як торгові потоки на початку пандемії Covid-19 падали, а потім починали відновлюватися.

Контейнерні перевезення тісно пов'язані з розвитком світової економіки, виробництва та споживання. Отже, якщо відстежити як часто використовують контейнерні судна можна дізнатися корисну інформацію про основні макроекономічні тенденції. Розглянемо на мал. 2, як протягом 31 тижня змінювалось використання суден в 2019 та 2020 рр.



Мал. 2. Щотижневий використання контейнерних суден в світі 2019–2020 рр. [4]

Згідно мал. 2, відправлення контейнеровозів з портів в 2020 році порівняно з 2019 роком свідчать про нестабільність пропускної спроможності в портах перевізниками, що значно знизило обмін товарами між країнами.

Економічні наслідки пандемії, в першу чергу, торкнулися сфери морських вантажоперевезень із Китаю. Однак, останнім часом спостерігається збільшення вантажопотоку у зв'язку з тим, що почали приходити ті вантажі, які довгий час були заблоковані на китайських кордонах. Більше того, морські контейнерні лінії ввели додаткову надбавку за вивезення контейнерів до всіх країн Азії. Незважаючи на усі труднощі, порти продовжують працювати у звичайному режимі, дотримуючись вимог індивідуального захисту співробітників. Також, логістична галузь стикнулася із проблемою відсутності зворотніх контейнерів, що безпосереднім чином вплине на вартість експорту та призведе до його удорожчання, так як виникла необхідність подачі прямих контейнерів. Серед позитивного – більш активне використання системи електронного документообігу в портах.

Багато учасників логістичної ланки почали звертатися до безконтактного документообігу, що був розроблений ще декілька років тому. Адже нинішня інформаційна система порту дає можливість все автоматизувати та подавати усі документи в електронній формі. Важливо, аби ці всі безконтактні методи і можливість безконтактного розмитнення вантажів у портах була у всіх.

#### Література

1. Rothenberg, L. E. The Three Tensions of Globalization / L. E. Rothenberg // Globalization 101. – 2002–2003 pp. – № 176. – 1 с.
2. McLean, M. P. 87, Container Shipping Pioneer / M. P. McLean // The New York Times : веб-сайт. – URL: <https://goo.su/0Wfz>. – Дата звернення: 09.03.2021.
3. Covid-19 Impacts on Globalization // NYU Stern : веб-сайт. – URL: <https://cutt.ly/OzTDhSe>. – Дата звернення: 10.03.2021.
4. COVID-19: Shipping data hints to some recovery in global trade // UNCTAD : веб-сайт. – URL: <https://inlnk.ru/q6RXl>. – Дата звернення: 12.03.2021.

## **АНАЛИЗ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО И ЭКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМА**

**К. В. Сковородина**

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический  
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Е. Н. Карчевская

Туризм выступает как сложное социальное явление, которое имеет много граней, поскольку ни одна из существующих наук не может полностью и исчерпывающим образом охарактеризовать его как объект собственных исследований и ни один из существующих социально-экономических институтов не в состоянии самостоятельно решить комплекс его проблем. Актуальность данной работы заключается в том, что в современном мире экстремальный туризм становится все более популярным видом проведения свободного времени.

Цель: изучить и провести анализ развития спортивно-экстремального туризма в Беларуси и за рубежом.

Задачи: рассмотреть основные понятия и виды спортивного и экстремального туризма; проанализировать развитие спортивного и экстремального туризма в Беларуси.