

АХ, ВХ и АУ, ВУ (всего 14 предприятий из 33).

Итак, определена группа клиентов, наиболее ценных для предприятия, с которыми надо проводить программу лояльности: общение неличное; общение личное; сообщества/клубы; скидки, специальные цены, вознаграждения; обучение, консультирование; карты; акции; первоклассное обслуживание (VIP).

УДК 339.138

*Студ. Шаденко О.В.,
асс. Шерстнёва О.М.
УО «ВГТУ»*

ВЛИЯНИЕ ЦВЕТА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

Каждый из цветов несет свою эмоциональную нагрузку, которую необходимо учитывать при стимулировании трудовой деятельности, выборе товаров и т. д. С помощью выбора определенного цвета можно управлять отношением потребителя, а создавая необходимую цветовую среду, можно вызвать у потребителя требуемые эмоции.

Цвет – достаточно мощный коммуникационный инструмент, но в разных культурах один и тот же цвет имеет разное значение. Цвет – один из элементов символизма в различных ситуациях (маркетинговая атрибутика, элемент коммуникации). Интересно, что отношение к цвету в каждой стране свое, и существует даже своя национально-культурная специфика, которую необходимо учитывать, занимаясь разработкой рекламной кампании в той или иной стране.

Обращение к теме «Влияния цвета на потребителя» привело авторов доклада к выводу, что цвет – это один из важнейших элементов в маркетинге.

УДК 339.138

*Студ. Федоренко А.А.,
асс. Шерстнева О.М.
УО «ВГТУ»*

МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ ФИРМ ПО ПРОНИКНОВЕНИЮ НА РЫНОК

В рыночной экономике субъекты не смогут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и систематизировать информацию как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

Особое внимание уделяется таким аспектам, как выбор маркетинговой стратегии. Маркетинговая стратегия – это разработка стратегических решений, которые позволят эффективно реализовать задачи среднесрочного и краткосрочного периода.

Разработка и реализация стратегии маркетинга на потребительских рынках требует от любой компании гибкости, способности понимать и приспосабливаться.

Существуют две стратегии глубокого проникновения на рынок. Это стратегия новатора и стратегия последователя.

Конкурентное преимущество, свойственное фирмам-новаторам, выражается в возможности выбора рыночных сегментов и позиций раньше других; новатор определяет правила игры; и многое другое. Несмотря на очевидные преимущества этой стратегии, некоторые новаторы терпят неудачу на этапе внедрения.

Важными преимуществами фирмы последователя является возможность использовать в своих интересах ошибки и ограниченность ресурсов новатора и преимущества самой последней технологии, а также выиграть за счет лучшего качества товара или обслуживания покупателей.

УДК 330.322 (476)

*Студ. Денисенко С.М.,
студ. Слизов А.А.,
асс. Смолянец В.С.
УО «ВГТУ»*

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Улучшение экономической ситуации в Республике Беларусь невозможно без активизации инвестиционной деятельности, поскольку в условиях огромной степени износа основных фондов, неудовлетворительного финансового состояния отечественных предприятий, ограниченности финансовых ресурсов и других диспропорций именно инвестиции становятся необходимым двигателем прогрессивных перемен. Сегодня Республика Беларусь предлагает иностранным инвесторам благоприятные условия осуществления инвестиционной деятельности. Важными из них являются растущий рынок финансовых и страховых услуг, социальная стабильность, наличие инфраструктуры, представлен ряд преференций в свободных экономических зонах, малых и средних городах, сельской местности, Парке высоких технологий, создана законодательная база.

Предпочтение Беларуси в качестве страны-реципиента инвестиций, как показал 2010 год, отдают инвесторы многих стран мира, в том числе из России, Австрии, Кипра, Нидерландов, Соединённого Королевства, Швейцарии, Китая, Германии, Латвии и других. За 2010 год в экономику республики поступило более 5 млрд. долларов прямых иностранных инвестиций, что на 15 % больше, чем за 2009 год. Валовой приток зарубежного капитала составил порядка 9,0 млрд. долларов. Для нашей страны, которая стремится создать открытую экономическую систему, участие в процессах движения капитала является вопросом стратегически важным.

Список использованных источников

1. Михайлова, Н. И. Анализ состава и структуры инвестиций / М. И. Михайлова. – М. ПЭО, 2010.