

дусматривает: охранную сигнализацию, видеомониторинг, досмотр, контроль доступа, охрану интеллектуальной собственности и др.

Структура *управляемой подсистемы* СКсп формируется видоизмененными функциями стратегического и тактического маркетинга, инновационного, финансового, производственного, ресурсо-энергосберегающего и антикризисного менеджмента, которые необходимо выполнить для достижения конкурентоспособности объекта в новых условиях.

Основными компонентами *управляющей подсистемы* являются: психологические аспекты управления персоналом, нацеленного на Ксп; принятие конкурентоспособных управленческих решений; организация труда; учет, контроль и стимулирование реализации решений; подготовка кадров для решения насущных проблем Ксп.

Таким образом, нами сделана попытка системно взглянуть на комплексную проблему повышения Ксп предприятий РБ, путем модернизации СКсп, которая заключается в том, что ее элементы учитывают специфику РБ и МФЭК, имеют между собой прямую и обратную связь, дополнены охранным (защитным) обеспечением, ресурсоэнергосберегающим и антикризисным менеджментом. Представленная СКсп предполагается к использованию на Гомельских предприятиях.

*А.А. Овсянникова*

*ГГТУ им. П.О. Сухого (Гомель)*

## **ИННОВАЦИОННЫЕ РЕКЛАМНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Реклама в современном мире является инструментом конкурентной борьбы, средством воздействия на спрос различных товаров и услуг. Каждый рекламодатель желает, чтобы именно его товар выделялся среди конкурентов на рынке, пытаясь найти для этого необычное средство прямого и сильного воздействия на потенциального потребителя, привыкшего к традиционной рекламе. Чтобы сохранить свою позицию на рынке и улучшить ее, рекламодатели должны особое внимание уделять политике продвижения товаров и услуг, находясь в постоянном поиске нестандартных решений рекламных средств и сообщений. Инновационная реклама, в отличие от традиционной, основывается на эмоциональной мотивации потребителей. Эффективное использование оригинальных решений способно создать серьезное конкурентное преимущество для предприятий различных сфер деятельности. Нетрадиционные рекламные носители позволяют наладить нестандартные коммуникации с целевой аудиторией и представить товар или услугу необычным способом. Например, плакаты с рекламой Head & Sholders – нажав на кнопку, встроенную в постер, можно ощутить новый аромат шампуня от Procter & Gamble; билборды с рекламой кошачьего корма Whiskas, из которых через встроенные динамики доносится мяуканье.

Нестандартные рекламные носители гармонично внедряются в окружающую среду и оказывают постоянное, целенаправленное действие на потенциальных покупателей. Рекламными носителями могут выступать вполне обычные предметы и материалы, на которых размещается различная рекламная информация или торговая марка. Это могут быть носовые платки, скамейки на улицах, банкоматы, кассовая лента в магазинах, квитанции ЖКХ, асфальт, поручни в метро и в автобусах, дно бассейна и так далее.

Прогрессивные рекламные технологии вызывают особую заинтересованность у потенциальных потребителей к товару рекламодателя и повышают его значимость среди конкурентов. Сегодня это можно сделать с помощью новых мировых технологий в области рекламы. Технология интерактивного взаимодействия JestPoint использует методику компьютерного зрения в реальном времени, которая позволяет выделять и отслеживать руку пользователя (потенциального потребителя) в пространстве, превращая ее простые движения в средство прямого управления устройством ввода информации «мышь» в самых различных видах рекламной обстановки. JestPoint возводит качество интерактивного изображения на гораздо более высокий уровень, позволяя пользователю манипулировать информацией простыми указаниями или движениями руки. JestPoint превращает витрину банка, автосалона, офиса в полнофункциональный канал продаж. Эта технология легка в использовании для любого потребителя, что является ее несомненным преимуществом по сравнению с ранее представленными ИТ-технологиями. Попавшая в поле зрения инфракрасных камер рука превращается на изображении в курсор, позволяющий выбирать меню или открывать нужные разделы точно так же, как на экране обычного компьютера. В автомобильном салоне при помощи JestPoint посетитель может сам «собрать» свой будущий автомобиль, в салоне мобильной связи – выбрать тариф и узнать о возможностях и новостях компании, в магазинах – открывает совершенно новые горизонты демонстрации одежды, обуви и других товаров.

Компания «Визуальные технологии» представляет новое, эффективное решение для оборудования мест продаж, рекламы на выставках, промоакций, мероприятий по продвижению бренда – установки трехмерного изображения Motion Pro. Данные установки позволяют получить трехмерное изображение предмета без применения специальных очков. За счет наличия системы линз, зеркал и источников света создается поразительный по силе воздействия эффект парящего в воздухе и увеличенного в несколько раз объекта. Трехмерное изображение продукта, логотипа торговой марки, вылетая из экрана, движется по направлению к посетителю мероприятия. Эффект, создаваемый установкой Motion Pro, настолько необычен, что возникает желание взять рекламируемый объект и поддержать в руках. Преимущество данной установки – внутри аппарата располагается реальный объект, причем таким объектом может стать любой предмет, который необходимо продемонстрировать. Смена экспозиции происходит в течение нескольких секунд, поэтому демонстрируемый продукт всегда актуален и есть возможность в рамках одного мероприятия продвигать несколько брендов. Разнообразие моделей установок Motion Pro помогает пред-

ставить любой товар или бренд, при необходимости используя аудиосопровождение и ароматизацию рекламируемого предмета. Установки Motion Pro предназначены для размещения в торговых центрах, выставочных залах, банках, витринах магазинов, фойе театров, музеев и в других местах, где рекламируемый продукт могут увидеть потенциальные потребители.

Применение инновационных рекламных технологий поможет привлечь внимание потребителя к рекламируемому продукту, позволит выделить его из конкурентной среды, избежав рекламного шаблона. Разумно вложенные инвестиции в нестандартные рекламные средства не только повысят престиж рекламодателя и его продуктов, но и принесут экономическую выгоду.

*О.В. Павловская, Е.В. Соколовская  
БарГУ (Барановичи)*

## **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПАРТИЗАНСКОГО МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

В условиях финансового и экономического кризиса многие компании, ведущие различные виды деятельности: от производства товаров до оказания услуг, находятся в условиях неопределенности. В настоящий момент усилия многих маркетологов направлены на реализацию товара или услуг конечному потребителю с помощью директ-маркетинга или традиционных, затратных и не всегда эффективных форм и методов продвижения товаров. Кроме этого, происходит значительное снижение рекламных бюджетов и сокращение маркетингового персонала.

Дорогая имиджевая реклама и PR-проекты для многих компаний становятся, с точки зрения оптимизации затрат, экономически непривлекательными.

Поэтому для многих компаний и частного бизнеса возникает вполне естественный вопрос: Как же при ограниченном маркетинговом бюджете завоевать потребителя и увеличить продажи? Как, используя малозатратную систему маркетинга, сделать свой бизнес эффективным, доходным и развивающимся?

В данной части маркетинга можно дать несколько рекомендаций:

- использовать только эффективную рекламу, которая быстро доносит до потребителя свойства товаров и услуг и западает в сознание потребителя;
- не сокращать резко затраты на рекламу, так как это может способствовать тому, что потребители поймут, что кризис добрался и до Вас;
- не останавливать проведение маркетинговых исследований, так как можно получить информацию, о том, как ведет себя потребитель во время кризиса, и это возможно станет Вашем козырем в дальнейшей конкурентной борьбе;
- использовать в своей деятельности малозатратную рекламу, основывающуюся на малозатратных ресурсах: Интернет, СМИ, бесплатные публикации, либо публикации на основе спонсорских пакетов.