

- возможность обеспечить богатый выбор услуг как следствие компактности их представления в сети;
- высокий уровень информационного сервиса, включая интерактивное общение с клиентом, экспертное консультирование;
- возможности персонального уведомления по электронной почте о появлении новых услуг (индивидуальный маркетинг);
- обеспечение обратной связи (опросы, анкеты, почтовые рассылки) для маркетинговых исследований на рынке и создания клиентской базы данных.

Использование сети Интернет в системе маркетинга страховой организации благодаря уникальным маркетинговым характеристикам может значительно повысить эффективность деятельности белорусских страховых организаций.

*А.А. Козловская*  
БГУИР (Минск)

## ОЦЕНКА ПОТРЕБИТЕЛЯМИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

Современное представление о качестве изделий основано на принципе наиболее полного выполнения требований и пожеланий потребителя, и этот принцип должен быть заложен в основу проекта любого изделия. Возможность свободного выбора, жесткая конкуренция не могут не влиять на производителей, заставляя их думать о качестве.

С целью выявления специфических факторов, влияющих на спрос продуктов питания у потребителей, было проведено маркетинговое исследование, а также на основании результатов исследования разработаны практические рекомендации для отечественных производителей продуктов питания.

Исследование проводилось методом опроса, и для этих целей была использована специальная анкета. Для определения объема выборки использовался детерминированный подход, т.е. выбор любых элементов совокупности, исходя из простоты установления контакта с ними.

В ходе данного исследования было опрошено 30 человек, из них 73,3 % — женщины, 26,7 % — мужчины. Возрастной состав: 60,1 % (18 человек) — от 18 до 30 лет, 39,9 % — старше 30 лет.

Приблизительно 2/3 опрошенных (преимущественно студенты) считают, что цены вполне приемлемы, остальная часть видит их неоправданно высокими — опрошенные более старшей возрастной группы (старше 30 лет).

Предпочтения потребителей при выборе между продуктами отечественного и импортного производства распределились как 76,7 % к 23,3 %.

При покупке продуктов 76,7 % респондентов прежде всего ориентируются на качество, 23,3 % — на цену.

На вопрос “Какие вы предпочитаете продукты?” 60 % ответили, что те, которые покупают уже долгое время; 23,3 — те, которые продаются в ближайшем магазине; 16,7 % — продукты известных производителей.

63,3 % выступают за необходимость рекламы продуктов питания; 10 % считают, что она не нужна; 26,7 % затруднились ответить.

Также 66,7 % опрошенных ответили, что реклама влияет на их решение купить тот или иной продукт, остальные 33,3 % — что не влияет.

66,7 % респондентов положительно относятся к широкому ассортименту однотипных продуктов питания; для 26,6 % важно, чтобы было необходимое; 2 человека относятся отрицательно, потому что не знают, что выбрать.

Художественное оформление упаковки важно для 40 % опрошенных; 10 % на это не обращают никакого внимания; половина респондентов не всегда учитывает данный фактор при выборе покупки.

Вывод можно сделать такой. Качество преобладает над ценой и население положительно относится к широкому ассортименту однотипных продуктов, о чем необходимо задуматься руководителям наших предприятий и нацелить свою работу именно на повышение качества, потому что при жесткой конкуренции выигрывает сильнейший.

Также следует отметить, что в большинстве своем потребители доверяют качеству продуктов, которые покупают уже долгое время. И это должно быть хорошим стимулом для предприятий не делать ошибок и постоянно развивать качество, так как довольный потребитель будет снова и снова приобретать тот или иной продукт и расскажет другим о своем положительном впечатлении от него.

Нельзя также упускать из вида положительное влияние рекламы, ведь большинство опрошенных отметило необходимость и ее положительное влияние на решение купить тот или иной продукт. Поэтому предприятия должны вкладывать деньги в рекламные акции, презентации и т.д. Если все будет сделано правильно, то затраты в скором времени окупятся.

Нельзя забывать и про упаковку, так как большее количество населения все же учитывают художественное оформление ее при выборе между аналогичными продуктами. Ведь правильно и со вкусом оформленная упаковка в любом случае будет привлекать внимание потребителей.