

• Интернет предоставляет возможности оперативного, четкого и глубокого анализа рекламных мероприятий.

Наиболее активными в использовании Интернет-рекламы оказались продавцы высокотехнологичных товаров и услуг (операторы и салоны мобильной связи, электронные магазины бытовой техники и электроники) и небольшие предприятия по оказанию отдельных видов услуг (образовательные курсы, семинары, конференции, программное обеспечение, туризм и отдых, авиабилеты).

Селиванова С.В.
УО БНТУ (Минск)

ФОРМИРОВАНИЕ ТАРИФОВ НА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЮ

Тарифы на коммунальные услуги являются разновидностью цен, по которым предприятия, производящие тепловую и электрическую энергию, реализуют свою продукцию (услуги).

Электроэнергия отпускается по тарифам, дифференцированным: по областям, группам потребителей, техническим характеристикам энергоносителя. Все потребители разделены на тарифные группы, и разница в тарифах обусловлена разницей в издержках на производство электроэнергии.

В РБ существует дифференциация потребителей по видам оплаты за электроэнергию, которая предусматривает четыре основные группы: промышленность, сельское хозяйство, бюджетные организации и население (городское и сельское). Во многих странах с рыночной экономикой существует более детальная дифференциация потребителей.

Во многих странах при расчете тарифа на электроэнергию потребители классифицируются только в зависимости от характера и объема потребляемой энергии. Потребители, получающие электроэнергию на высоком напряжении, выступают оптовыми покупателями электроэнергии, что удобно и выгодно энергосистеме. В Республике Беларусь необходимо пересмотреть порядок формирования тарифов на электроэнергию, учитывая дифференциацию потребителей исходя из особенностей режима потребления и степени напряжения.

Семенчук А.В.
УО ГрГУ (Гродно)

<http://edoc.bseu.by>

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ АНТРОПОМЕТРИЧЕСКОГО АССОРТИМЕНТА КОЖАНОЙ ОБУВИ

В условиях сложившейся социально-экономической ситуации в Республике Беларусь, все большее значение приобретает проблема обеспечения конкурентоспособности производимой отечественными предприятиями продукции, качество которой является одним из определяющих факторов.

Решение задач, связанных с удовлетворением требований потребителей и достижением целей производителей достигается в процессе маркетинговой деятельности, одним

из направлений которой являются маркетинговые исследования. Одно из таких исследований и было проведено в г. Гродно. Цель исследования – изучить рынок кожаной обуви, выявить существующие проблемы и предложить пути их решения. В соответствии с целью исследования было найдено решение следующих задач: выявлены характеристики обуви, определяющие ее покупку; установлены трудности, возникающие при выборе кожаной обуви; предложены мероприятия по совершенствованию размерно-полнотного ассортимента.

На основе результатов исследования предложено следующее:

- необходимо проводить периодические антропометрические обследования стоп населения, в тесном взаимодействии с производственными предприятиями с целью корректировки размерно-полнотных шкал выпускаемой обуви;
- следует проводить опросы потребителей, в целях изучения состояния информированности населения о характеристиках кожаной обуви, определяющих ее выбор: размер, полнота, срок носки, качественное состояние;
- необходимо обучение торгового персонала определять размерные признаки обуви (размер полнота) по основным размерным характеристикам стопы;
- следует проводить просветительскую работу среди населения о размерных признаках обуви и последствиях ее неправильного подбора.

*Семиренко Е.П.
УО БГЭУ (Минск)*

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ РЫНОК И ЕГО ИНФРАСТРУКТУРА

Для Республики Беларусь приоритетными являются инвестиции в реальный сектор, которые должны обеспечить подъем ее экономики. Поэтому отечественный инвестиционный рынок чаще всего определяют как совокупность рынков инвестиционных товаров (оборудования, машин, стройматериалов) и инвестиционных услуг (строительно-монтажных работ).

Инвестиционный рынок следует рассматривать в широком плане как единство рынка объектов реального инвестирования и рынка объектов финансового инвестирования.

На инвестиционном рынке действует большое число посредников, формирующих его инфраструктуру: банки, фондовые биржи, инвестиционные и трастовые компании, экспертные институты, консалтинговые фирмы, страховые, брокерские и дилерские компании. Эти учреждения обеспечивают функционирование инвестиционного рынка. Среди них особая роль принадлежит банкам, являющимся источником удовлетворения инвестиционного спроса.

Все банки расширяют перечень осуществляемых инвестиционных операций. Консалтинговые фирмы и экспертные институты улучшили качество разрабатываемых бизнес-планов и достоверность их оценки, что способствует отбору для реализации наиболее важных, быстро окупаемых проектов и эффективному использованию бюджетных и кредитных ресурсов.

Дальнейшему усилению инвестиционной активности в республике будет способствовать:

- создание банка развития;
- создание специализированного инновационного банка;