

Среди основных факторов, замедляющих развитие инвестиционного банкинга, отмечается низкая заинтересованность белорусских инвесторов в размещении своих средств на внутреннем рынке ценных бумаг. Это обусловлено ограниченным предложением со стороны отечественных эмитентов ценных бумаг с высокой ликвидностью. Поэтому перспективной задачей инвестиционного банкинга в Республике Беларусь является расширение участия банков в инвестиционном посредничестве и инвестиционном консалтинге.

Инвестиционный банкинг обеспечивает банкам более высокие по сравнению с традиционными банковскими операциями доходы, которые образуются за счет постоянного внедрения инноваций в эту сферу деятельности и ее распространения на новые сегменты, где возможно достижение конкурентных преимуществ. Сейчас таким сегментом является оказание услуг по проведению операций с финансовыми инструментами срочных сделок на организованном и неорганизованном рынках, осуществляемое в рамках хеджирования валютного риска предприятиями экспортерами и импортерами.

Таким образом, банкам необходимо активизировать работу по предоставлению клиентам услуг инвестиционного банкинга, в том числе по хеджированию валютных рисков путем осуществления сделок с производными финансовыми инструментами в торговой системе ОАО «Белорусская валютно-фондовая биржа» и на внебиржевом рынке.

Источники

1. Официальный сайт Министерства финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://minfin.gov.by/ru/securities_department/reports/. — Дата доступа: 24.08.2020.
2. Официальный сайт Национального банка Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. — Дата доступа: 22.08.2020.
3. Официальный сайт белорусской валютно-фондовой биржи [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.bcse.by/>. — Дата доступа: 23.08.2020.

<http://edoc.bseu.by/>

В. В. Адамович

Научные руководители — кандидат экономических наук Е. А. Сушкевич,
Ю. А. Жук

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ОАО «САВУШКИН ПРОДУКТ» НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ

В статье рассматривается позиционирование брендов молочной продукции, выпускаемой ОАО «Савушкин продукт».

Сегодня ОАО «Савушкин продукт» — лидер молочной отрасли Республики Беларусь, один из крупнейших производителей натуральной молочной продукции Восточноевропейского региона. Компания развивает 10 брендов молочной продукции (таблица).

Бренды ОАО «Савушкин продукт»

Бренд	Слоган	Позиционирование
Савушкин	«Савушкин» — всегда из свежего молока!	Серия натуральных молочных продуктов, в которой соединены в неизменном виде натуральность, хорошо знакомый «домашний» вкус, лучшие традиции прошлого и современные технологии
Брест-Литовск	«Брест-Литовск» — Знатный продукт!	Особый вкус по старинным рецептам. Незыблемые традиции и старинная рецептура из привлекательного мира прошлого позволяют в полной мере ощутить вкус истории и почувствовать себя приобщенным к аристократическому сословию, гарантируют изысканный вкус и высочайшее качество молочных продуктов
Сыры из Александрии	Сыры из Александрии — сыры с характером!	Творческий и ответственный подход к процессу производства и внимание к каждой партии произведенного сыра, как при ювелирной обработке драгоценных камней и металлов
Teos	«TEOS» — все самое вкусное для Вас!	Идеальный греческий йогурт, изготовленный только из натуральных ингредиентов и содержащий в 2 раза больше белка, чем классические йогурты
Березка	Березка. В гармонии с природой!	Продукты, любимые многими и издавна ценимые за хорошее качество и вкус
Оптималь	«Оптималь» — ежедневное решение для пищеварения!	Линейка йогуртов, обогащенных бифидобактериями, которые заботятся о здоровом пищеварении и дают ощущение внутреннего комфорта тебе, твоим близким и родным
Апети	«Апети» — это вкусно!	Молочные десерты с утонченным сливочным вкусом и нежной консистенцией для вашего наслаждения.
СуперКид	«СуперКид» — открытие! Для роста и развития!	Серия молочных десертов, изготовленных только из природных компонентов. Дополнительно обогащены кальцием и витамином D, для здорового питания и развития детей от 3-х лет
Активил		Полезный перекус и отличная альтернатива снекам и сладостям. Активил оказывает благоприятный эффект на желудочно-кишечный тракт и помогает восполнить баланс энергии в течение дня
Ласковое лето	«Ласковое лето» — простые радости жизни!	Качественные молочные продукты по доступным ценам

Источники: собственная разработка на основе [1].

Коммуникации с потребителем компания поддерживает посредством официального сайта, горячей линии, страниц в социальных сетях (ВКонтакте-

те, Одноклассники, Facebook, Instagram, YouTube), а также через яркую упаковку и рекламу, в 2019 г. был снят фильм-презентация компании.

В социальных сетях бренд активно общается со своими подписчиками, публикуются интересные рецепты, интересные заметки, объявления акций и мероприятий, проводимых компанией. Причем подписчики активно комментируют и участвуют в предложенных активностях, что говорит о высоком уровне ведения коммуникаций с потребителями [2].

Для стимулирования роста объемов продаж йогуртов «Оптималь» и поддержания положительного имиджа бренда, летом 2019 г. была проведена рекламная игра: «Выиграй путешествие в Испанию с Оптималь».

В YouTube недавно был запущен кулинарный проект с Евгением Булкой «Булка с молоком» (на данный момент лучший результат по количеству просмотров — 25 000), до этого раньше публиковались видео с различными рецептами и советы по выбору молочных продуктов — «Молочный эксперт».

На официальном сайте опубликована информация о самом предприятии, познавательный контент, рецепты с использованием продукции ОАО «Савушкин продукт» (причем можно выбрать рецепт на необходимое количество порций, калорийность и время приготовления, а алгоритм автоматически выберет подходящие рецепты).

Поддерживая активно растущий тренд здорового питания, в 2018 г. компания «Савушкин продукт» представила рынку новинку — греческий йогурт Teos. Название йогурта греческое и продиктовано его спецификой: в переводе с древнегреческого «Teos» — Бог, божественный.

Все йогурты Teos выполнены в определенной стилистике — круглая пластиковая баночка ярко-синего цвета или пластиковая бутылка для питьевых йогуртов. В плане оформления друг от друга йогурты отличает лишь изображение продукта, соответствующего названию. Визуальный образ довольно минималистичный — благодаря превалированию синего цвета в упаковке, он отлично выделяется на полке и создает единый визуальный блок, а «чистый» дизайн дополнительно придает продукту образ полезности.

Для продвижения йогурта были использованы имиджевые мероприятия:

1. «Бегу за TEOS» — спортивный баттл между журналистами и блогерами. Это дружеское мероприятие с акцентом на здоровый образ жизни и правильное питание, которое невозможно без молочных продуктов.

2. Открытая тренировка с Teos. Серия бесплатных тренировок, которая прошла в 2019 г., организованная совместно с компанией «Савушкин продукт» и сетью фитнес-центров «Адреналин». Суть годового проекта заключалась в том, чтобы рассказать, как легко и доступно вести здоровый образ жизни и др.

По результатам проведенного исследования установлено, что желаемое позиционирование находит отклик в восприятии покупателями йогуртов исследуемой торговой марки, как здорового и правильного питания, йогурта с большим содержанием белка и низкокалорийным продуктом, который можно использовать в качестве полезного перекуса и для приготовления диетических блюд.

Наиболее эффективными мероприятиями, стимулирующими покупку йогуртов торговой марки «Teos», являются проведение офлайн и онлайн розыгрышей и спортивных мероприятий в более широком масштабе.

Для укрепления позиций йогуртов торговой марки «Teos» предложены следующие решения:

- дальнейшее расширение палитры вкусов йогуртов «Teos»;
- усовершенствование политики ценообразования;
- реклама аккаунтов в социальных сетях для вовлечения большего количества существующих и потенциальных потребителей;
- развитие мероприятий, стимулирующих покупку йогуртов «Teos»;
- сопровождение вывода новых вкусов на рынок нетривиальными способами привлечения внимания к бренду;
- использование в качестве канала распространения рекламы Product Placement;
- продажа йогуртов «Teos» классического вкуса «на развес».

Источники

1. Официальный сайт ОАО «Савушкин продукт» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.savushkin.by>. — Дата доступа: 01.09.2020.
2. Официальный аккаунт в Instagram ОАО «Савушкин продукт» [Электронный ресурс] // Instagram. — Режим доступа: https://www.instagram.com/savushkin_product/?hl=ru. — Дата доступа: 20.04.2020.
3. Фильм-презентация о компании «Савушкин продукт» [Электронный ресурс] // YouTube. — Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=jQZq4T8sV_4&feature=youtu.be. — Дата доступа: 01.09.2020.

<http://edoc.bseu.by/>

Е. В. Алейник

Научный руководитель — кандидат исторических наук О. Г. Казак

ПРОБЛЕМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И СТАТУСА ПРЕДСТАВИТЕЛЬНЫХ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В БЕЛАРУСИ

В статье представлен анализ местных Советов депутатов как представительного органа местного самоуправления. Проведена оценка статуса данного органа в системе местной власти.

На сегодняшний день местное самоуправление является одним из показателей развитого государства. В западных странах одним из центральных является вопрос функционирования институтов местного самоуправления, так как они позволяют многим государственным структурам разгрузить себя от бытовых общественных проблем и сфокусировать свое внимание на решении глобальных задач. Правильно построенная модель местной власти позволяет эффективно решать проблемы общины и способствует выработке наилучшего пути развития местности [1, с. 56].

Для Беларуси данная проблема является весьма актуальной. Действующая система местной власти во многом имеет исторический характер с одним существенным изменением — усиление исполнительной власти путем