

рию конкурента, предприятие будет переманивать в основном его постоянных и преданных клиентов и совсем, забывая о том, что нужно сделать уникальное торговое предложение, и в то же время качественное, в которое будут входить анализ всех конкурентов, определение их ошибок и применение их в свою пользу при развитии вашего аккаунта, в свою очередь клиент должен ощущать, что он отдал гораздо меньше, чем приобрёл, тогда вы сможете заполучить клиента. Именно от уникального торгового предложения зависит последний результат. В связи с этим важно не просто собрать и качественно профилировать аудиторию, но и необходимо накануне подготовить свой аккаунт к приему трафика и составить уникальное торговое предложение, которое и сформулирует вам поток заявок.

Важно, чтобы аккаунт при переходе был открыт. И в то же время необходимо создать редкий и неповторимый логин. Главная фотография обязана быть приметной и свойственной для вашей специализации, которую выбрали при продвижении. Общие сведения должны иметь точно организованный текст с категорией вашего бренда, возможность связи с продавцом, способы доставки товара и оплаты. К тому же, можно указать адрес магазина, где вещь можно померить. Что касается цены, то главным минусом является тот факт, что многие продавцы не пишут в своих аккаунтах под фотографиями цену, а пишут лишь под комментариями: «ответили в Direct». Следовательно, предприятию не придётся постоянно отвечать каждому человеку в Direct или комментариях, а покупателям это позволит быстрее ориентироваться в аккаунте предприятия и принимать решение о предстоящей покупке.

Instagram является своего рода фотоальбомом, в связи с этим необходимо вложить максимальное количество усилий продавцу именно к качеству фотографий товара [1]. Немаловажно, чтобы фотографии «продавали» вещи сами за себя, то есть необходимо каждую вещь делать как будто для конкретного человека, вдохновляться не только собственными дизайнерскими идеями, но и образом и стилем самого человека, тогда каждый раз будет получаться что-то уникальное и неповторимое. И, конечно же, нужно наслаждаться и самим рабочим процессом. Самые лучшие фотографии одежды, старавшиеся обратить на себя внимание, будут фото на моделях. В этом случае, вы можете пригласить фотографа или друга и сделать фотосъемку вещей. Если эта идея по каким-то причинам не для вас, наиболее благоприятным решением будет качественная фотография вещи на манекене. Всегда делайте публикации не в сбивчивом порядке, а по спланированному графику. Создавайте опросы для своих подписчиков или проводите различные акции [2]. Что касается рекламы, то самый действенный способ является продвижение у известного блогера, в одежде вашего бренда, но если у вас не возможно оплатить услуги рекламы у блогеров, то вы можете пригласить своих постоянных покупателей или друзей и опубликовать фотографию в одежде вашего бренда, купленной у вас, написать небольшой отзыв и отметить вас на фото.

**Заключение.** Таким образом, на основании всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что необходимо помнить всегда о том, что Instagram предназначен для того, чтобы показывать людям свою отличительную черту.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. SHAFА. [Электронный ресурс]/ Как успешно продавать одежду в Instagram. – Режим доступа: <http://blog.shafa.ua/kak-uspeshno-prodavat-odezhdu-v-instagram/> - Дата доступа: 28.10.2018

2. Internet marketing school. [Электронный ресурс]/ 32 лайфхака, как продавать через Instagram. - Режим доступа: <http://empro.pro/blog/inst> - Дата доступа: 28.10.2018

УДК 332.1

#### ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕСПУБЛИКУ БЕЛАРУСЬ

*А.А. Соколов, студент группы 10506118 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель И.Е. Ругалёва*

*Резюме – В работе рассмотрены факторы, влияющие на процесс притока капитала и инфляцию, нестабильность и низкое информационное обеспечение, создание гарантий для защиты инвесторов и защиты их имущества, улучшение информационного обеспечения инвестиционной деятельности, совершенствование системы налогообложения.*

*Summary – In work the factors influencing process of inflow of the capital and inflation, instability and low information support, creation of guarantees for protection of investors and protection of their property, improvement of information support of investment activities, improvement of a system of taxation are considered.*

**Введение.** В настоящее время, мировая экономическая ситуация является весьма непростой. Республика Беларусь в данный момент разрабатывает концепцию своего нового экономического курса, который практически невозможно реализовать без активного привлечения иностранных инвестиций в национальную экономику [3]. Деятельность по привлечению инвестиций является приоритетом любого государства. Значительный интерес для регионов представляют прямые инвестиции, позволяющие повысить и реализовать весь потенциал инвестора в регионе – финансовый, производственный, интеллектуальный [2]. Вопрос об инвестиционной деятельности стоит весьма остро в регионах, так как на его уровень влия-

ет национальный инвестиционный климат, а также проблемы, с которыми инвесторы сталкиваются при желании вкладывания капитала в различные секторы экономики или предприятия.

**Основная часть.** Основные риски для инвесторов в Республике Беларусь следующие: невысокая активность процесса приватизации - одного из основных факторов повышения инвестиций, и, как следствие, большое влияние госсектора и конкуренция с ним; недостаточно ясное законодательство, включающее в себя большое количество нормативных актов, что "пугает" инвесторов; несовершенная система налогового и административного положений, высокий уровень налогообложения; недостаточное количество льгот и преференций для привлечения капитала.

В качестве факторов, тормозящих процесс притока капитала можно отметить инфляцию, нестабильность и низкое информационное обеспечение. Государство ведет политику улучшения состояния инвестиционного климата, которое, в свою очередь, имеет свои неоспоримые преимущества, в частности это, конечно, выгодное географическое положение, развитая система транспортных коммуникаций и энергетической инфраструктуры, высококвалифицированные трудовые ресурсы, а также единое таможенное пространство с другими странами СНГ [1]. Чтобы решить эту задачу, следует установить стратегию реформирования этого механизма и разделить мероприятия на краткосрочные и долгосрочные. В качестве долгосрочных можно указать улучшение инфраструктуры, развитие торговой политики и повышение качества страхования инвестиций от экономических и политических рисков, т.е. улучшение экономических факторов, а в качестве краткосрочных - создание гарантий для защиты инвесторов и защиты их имущества, улучшение информационного обеспечения инвестиционной деятельности, совершенствование системы налогообложения.

**Заключение.** Следует улучшать уровень развития финансовой системы, защиты прав собственности, законодательно-правовой базы с целью обеспечения надежности вкладываемых средств как национальных инвесторов, так и иностранных, а также нужно стремиться к созданию оптимального для инвесторов инвестиционного климата. Решение задач улучшения инвестиционной привлекательности положит начало поступлению большого количества инвестиций, создание новых производств с современными технологиями и изучение мирового управленческого опыта.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Тур, А. Н. Инвестиционный климат Беларуси: возможности и перспективы для бизнеса / А. Н. Тур // Экономика Беларуси. – 2010. – №2. – С. 42-46.
2. Национальный банк Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.nbrb.by/statistics/ForeignDirectInvestments>, свободный. Загл. с экрана. – Яз. Рус.
3. Тарасов В. Инвесторы стоят в очереди / В. Тарасов // Белорусы и рынок. – 2009. – 16-22 ноября.

УДК 65.011.2

### РОЛЬ УПАКОВКИ В МАРКЕТИНГЕ И ЛОГИСТИКЕ

*М.А. Титаренко, студентка группы 10504216 ФММП БНТУ  
научный руководитель – старший преподаватель Н.М. Хохлова*

*Резюме.* В данной работе описана роль упаковки в маркетинге и логистике. Перечислены общие и не общие задачи упаковки. Описаны процессы ее разработки и использования.

*Summary – In this work the role of package in marketing and logistics has been described. Common and non-common objectives of package have been enumerated. The processes of its development and usage have been depicted.*

**Введение.** Существует много факторов, побуждающих потребителя к покупке. Покупки планируются, анализирую все причины, побуждающие приобрести ту или иную вещь, либо совершаются спонтанно, по принципу: увидел — понравилось — купил. И, зачастую, одной из основных причин в приобретении товара становится привлекательная, яркая, функциональная упаковка. Здесь важен каждый аспект: цветовая гамма, размеры, форма, конструкция, используемый шрифт, рациональность складирования, экологичность материала и другие. Упаковку можно рассматривать, как средства стимулирования сбыта и продвижения товара, так и ее особенности при хранении и транспортировке.

**Основная часть.** Маркетинг и логистика тесно взаимодействуют в процессе создания и использования упаковки. Процесс создания эффективной упаковки начинается с разработки ее концепции и заканчивается внесением в нее разнообразных технических характеристик. В маркетинге упаковка имеет большое значение, как для товара, так и для его производителя. Она помогает выделиться бренду из ряда других и создает для потребителя оптимальные для продажи в розничной сети товары. Комплекс маркетинга состоит из 4Р: price, place, promotion, product. Все эти четыре элемента связывает упаковка. В случае изменения товара или его улучшения, упаковку тоже следует скорректировать под изменения товара, для того, чтобы она смогла соответствовать обновленным требованиям. Упаковка должна быть адапти-