

4. Четыре шага, которые помогут повысить лояльность потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://econsultancy.com/four-steps-to-help-build-customer-loyalty-in-retail/> - Дата доступа: 30.01.2021

5. Пять способов повысить лояльность потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cm-commerce.com/academy/build-loyal-customers-for-retail-business/> - Дата доступа: 28.01.2021

УДК 658.8

## **СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ**

*3. Курбанова, студент группы 10503119 ФММПБНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель Н.М. Хохлова*

*Резюме – в данной научной работе рассматривается деятельность производителя, который старается обеспечить эффективное продвижение своей продукции, в том числе с помощью инструментов маркетинга. Одним из перспективных направлений является цифровой маркетинг. Его развитие будет способствовать повышению конкурентных преимуществ производителей и возможности занять лидирующие позиции на рынке.*

*Resume – the article examines the activities of a manufacturer who is trying to ensure the effective promotion of their products, including with the help of marketing tools. Digital marketing is one of the promising areas. Its development will help to increase the competitive advantages of manufacturers and the ability to take a leading position in the market.*

**Введение.** В настоящее время с ускорением темпов научно-технического прогресса и перенасыщением рынка однотипными товарами, каждый производитель старается обеспечить эффективное продвижение своей продукции. Для этого используются различные, в том числе и маркетинговые инструменты. Одним из них является реклама.

**Основная часть.** Современный рынок характеризуется ростом количества продуктов и конкурентов, на смену дефициту товаров пришел дефицит потребителей [1]. Поэтому, для привлечения покупателя классические маркетинговые инструменты продвижения уже не достаточно эффективны. В связи с этим появляются новые направления в коммуникационной политике, а при создании рекламы используются даже психологические подходы.

Одним из перспективных направлений продвижения продукции является цифровой маркетинг. В последнее время все больше людей начинают осваивать современные технологии, то есть активно пользоваться интернетом начинают как более взрослые люди, так и маленькие дети. Это позволяет расширить круг потенциальных покупателей. Существует большое количество положительных моментов при выборе продукции посредством интернет-рекламы: широкий выбор производителей, возможность про-

смотреть отзывы реальных людей, а также, в условиях пандемии, возможность приобрести необходимые вещи, не вступая в непосредственный контакт. В последнее время набирает популярность такое направление, как психологический таргетинг, который является одним из видов интернет-рекламы. С его помощью можно выделить из всех пользователей интернета ту часть, которая по своим психологическим качествам является целевой аудиторией производителя [2]. Например, Google сохраняет данные о зарегистрированном пользователе, составляет на него своеобразную анкету, анализируя его поисковые запросы: собирается информация о хобби человека, его предпочтениях в еде, музыке, даже строятся предположения о сфере деятельности и семейном положении. Это позволяет повысить эффективность рекламных сообщений, а также способствует привлечению большего количества потенциальных покупателей.

Рынок цифрового маркетинга в последнее время стремительно развивается. Производители понимают все преимущества данного направления. Так, по результатам опроса 41% из них увеличили свой бюджет на интернет-рекламу на 20%, а на таргетированную рекламу в соцсетях бюджет увеличили больше половины производителей (56,8%) [3]. Это говорит о том, что большинство предприятий отметили эффективность интернет-продвижения их продукции. Уже сейчас можно говорить о том, что уровень доверия к онлайн-рекламе намного выше, чем к рекламе в любом другом виде. Однако, существуют и определенные проблемы на пути активного развития интернет-маркетинга, такие как нехватка квалифицированных специалистов в этой области, не все руководители осознают необходимость интернет-рекламы, стереотипы населения, недостаток инновационных идей. По мере решения этих вопросов и расширения аудитории интернет-пользователей, будет повышаться роль цифрового маркетинга, который сможет обеспечить более эффективное продвижение продукции.

**Заключение.** В условиях компьютеризации всех сфер жизни, значительного роста скорости передачи информации, классические маркетинговые инструменты теряют свою эффективность. Им на смену приходят новые направления, такие как цифровой маркетинг и, в частности, таргетированная интернет реклама, которые получили широкое распространение в последние годы. По мере их развития и получения доверия со стороны потребителей, у производителей будет возможность более эффективно продвигать свою продукцию и, в конечном итоге, занять лидирующие конкурентные позиции на рынке товаров и услуг.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер, Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филипп Котлер / Ф. Котлер. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2016. – 224 с.
2. Шурыгина, О. Психологический таргетинг для продаж в Интернет/ О. Шурыгина. – М.: Эксмо, 2017. – 256 с.

3. Рынок интернет-рекламы Беларуси в цифрах. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://flex-n-roll.ru/en/blog/internet-reklama/>. – Дата доступа: 05.03.2021.

УДК 658.788.5

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*К.М. Михайлов, студент группы 10503119 ФММП БНТУ,  
И.В. Голубцов, студент группы 10503119 ФММПБНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель Н.М. Хохлова*

*Резюме – в научной работе рассматривается одно из направлений повышения конкурентоспособности предприятия – логистика, в частности, описывается транспортная логистика, существующие в ней определенные особенности и проблемы.*

*Resume – in the scientific work one of the directions of increasing the competitiveness of an enterprise is considered - logistics, in particular, transport logistics, certain features and problems existing in it, are described.*

**Введение.** В последнее время, в условиях жесткой конкуренции, каждое предприятие старается повысить свои конкурентные позиции. Для этого используются различные инновационные техники и технологии, появляются новые направления развития отраслей. Одним из таких направлений является логистика, которая позволяет координировать деятельность поставщиков, производителей, потребителей и транспортников. Логистика охватывает разные направления производственно-сбытовой деятельности, в том числе и процессы, связанные с транспортировкой [2].

**Основная часть.** Транспорт является важной сферой народного хозяйства, а его эффективное функционирование способствует развитию экономики любой страны. Транспорт является связующим звеном между производителями и потребителями, а основная задача транспортной логистики - повышение эффективности доставки грузов и перевозка пассажиров. В каждой стране, в зависимости от преобладающего транспорта, формируется свой транспортный комплекс.

В Республике Беларусь хорошо развиты практически все виды транспорта. Но наиболее востребован железнодорожный и автомобильный транспорт [1]. Транспортный комплекс Беларуси на сегодняшний день является основным ресурсом поступления валюты в страну. Более 75% положительного сальдо внешней торговли сформировано организациями транспорта [1]. Большую роль здесь играет геополитическое положение страны. Республика Беларусь, является своего рода транспортным коридором между Европой и Азией и, поэтому, имеет большие перспективы в области эффективного развития транспортной логистики.