

2. Фирменное обслуживание автомобилей// [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znayavto.com>

М.Н. Шульга, Л.А. Скороходова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

МАРКЕТИНГОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИКИ БРЕНДА

Известно, что бренд — это, с одной стороны, комплекс потребительских ожиданий. С другой — это товар, имеющий свою цену.

Проблемы, с которыми чаще всего сталкиваются организации при разработке политики бренда это непрофессионализм людей создающих бренды или возложение заботы о создании нового бренда на плечи бренд-менеджеров (штатные специалисты) или брендинг-агентств (аутсорсинг). Как отмечают ряд специалистов в области бренд-менеджмента: «Очевиден ряд преимуществ — бренд-менеджеры грамотно назовут новый продукт, найдут ему потенциальную армию лояльных потребителей, создадут ему ценности, вдохнут в него жизнь, копирайтеры заложат в него определенные поведенческие характеристики, дизайнеры упакут его и придадут соблазнительный вид с помощью великолепно исполненных рекламных материалов и выпустят в жизнь... Один минус — процесс рождения бренда, находясь в управлении бренд-менеджеров, часто удален от производителя, что ведет к смерти бренда».

Владельцы бренда, к сожалению, не всегда принимают во внимание, что сущность бренда состоит из двух частей — функциональной и эмоциональной. И здесь стоит вопрос даже не о приоритетности какой-либо из них, а о важности их согласованности. Можно создать гениальный (уникальный) образ бренда, разработать эффективную программу по продвижению, но все эти усилия не принесут желаемого эффекта, если функциональная часть бренда разочарует потребителей.

Все это говорит о том, что производителей больше интересует, как выглядит упаковка, как смотрится бренд, но они совсем не задумываются о качестве производимой продукции. Как бы не был раскручен бренд, при плохом качестве потребители не будут его приобретать.

Важно остановиться на вопросе рентабельности бренда. Прежде всего бренд должен обладать следующими характеристиками: точным и содержательным, должны отсутствовать негативные ассоциации.

Удачность бренда заключается в соотношении его к определенной категории: «идея позиционирования марки, суть бренда, главное отличие от конкурентных марок; основная выгода или преимущество для потребителей, результат от использования, получаемый потребителем; назначение товара, товарная категория; основные аспекты качества или свидетельства о качестве; состав, конструктивные особенности товара; торговое предложение своим потребителям; главная ценность марки с точки зрения потребителей; стиль и уровень жизни потребителя; мотивы, побуждающие потребителей купить данную марку; ценовая категория; ситуации использования товара; ситуации покупки товара».

О.М. Якупова, И.А. Пермяков

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ИНВЕСТИЦИИ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Инвестиция (капитальные вложения) - совокупность затрат материальных, трудовых и денежных ресурсов, направленных на расширенное воспроизводство, основных фондов всех отраслей народного хозяйства.

Инвестирование представляет собой один из наиболее важных аспектов деятельности любой развивающейся организации. Причины, обуславливающие необходимость инвестиций, могут быть различными, однако в целом их можно подразделить на три вида: обновление имеющейся материально-технической базы, наращивание объемов производственной деятельности, освоение новых видов деятельности.

Осуществление инвестиций порой рассматривается как «произвольная» форма деятельности фирмы в том смысле, что последняя может осуществлять или не осуществлять подобного рода операций. На самом деле такой взгляд на проблему далек от истины, поскольку жизнь любого предприятия - плавание против потока времени и конкуренции. И в этом смысле неосуществление инвестиций приводит к результату, сходному с тем, который обнаруживает пловец, гребущий недостаточно сильно, чтобы хотя бы удержаться на одном месте, - его снесет назад.

Все инвестиции можно в совокупности назвать вложением в проект – инвестиционный проект.