

СУЧАСНІ ПРИЙОМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Сучасний розвиток соціально-економічних відносин вимагає постійного удосконалення та впровадження нових методів та інструментів ведення бізнесу. Одним з факторів успішної діяльності суб'єкту господарювання на споживчому ринку є спроможність ефективно здійснювати процес комунікації між підприємством та зовнішнім оточенням. Сучасні розробки та дослідження відомих зарубіжних і вітчизняних фахівців спрямовані на пошук нових методів та прийомів маркетингових комунікацій. Будь-яке підприємство в процесі свого функціонування перебуває в інформаційному середовищі, сприяє генерації, поширенню й отриманню найрізноманітнішої інформації. Саме тому, виникає необхідність застосування у господарській діяльності як традиційних, так і неформальних елементів маркетингових комунікацій. Основним елементом сучасних маркетингових комунікацій є реклама, яка в Україні набуває все більшої актуальності. У створенні ефективної реклами колір відіграє дуже важливу роль. Значним внеском у розвиток сучасних маркетингових комунікацій є наукові дослідження М. Люшера, дослідження якого були спрямовані на визначення ієрархічної структури мотивації людини, в тому числі на домінуючий вплив кольорів на сприйняття та прийняття рішення споживачами. Використання певного кольору суттєво впливає на почуття та на логіку людини. Вдалий вибір кольору для оформлення інтер'єру приваблює покупців, створює особливу атмосферу, сприяє комфортному дозвіллю. Згідно з результатами маркетингових досліджень вважається, що якщо кольори які найчастіше зустрічаються в магазинах розташувати по ступеню впливу на увагу покупців, то розподіл за ступенем ефективності залучення уваги буде наступним: синьо-фіолетовий — 100 %; темно-синій — 90% ; бірюзовий — 85 %; інтенсивно-лимонний — 60 %; чорний — 47 %; темно-фіолетовий — 42 %; жовтий — 22 %; блакитний — 17,5 %; синій — 14,5 %; коричневий — 9,5 %; рубіновий —

7,5 %; червоно-рожевий — 3,5 %. Сам по собі колір не є гарантією успіху, однак в поєднанні з іншими елементами та прийомами маркетингових комунікацій він сприяє більш ефективному функціонуванню сучасного підприємства.

Молокова А.В.
НТУ «ХПИ»

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА УКРАИНЫ

Украинская экономика испытывает острую и все возрастающую потребность в инвестициях. Опыт развитых стран мира показывает, что основным инструментом привлечения и распределения инвестиций является фондовый рынок. Крупнейшими рынками со значительными финансовыми объемами операций, являются фондовый рынок США, Европы и Азиатские фондовые биржи. В целом на сегодняшний день в Украине сформирована достаточно развитая инфраструктура рынка ценных бумаг: зарегистрировано 10 фондовых бирж, многие из которых имеют достаточно развитое программно-техническое оснащение для полноценной организации торгов всеми фондовыми инструментами, включая фьючерсы и опционы, но ощутимые результаты по объему торгов демонстрируют менее половины фондовых площадок, среди них фондовая биржа «Перспектива» (г. Днепропетровск) — 81 % (303,4 млрд. грн.) и «ПФТС» — «Первая фондовая торговая система» (г. Киев) — 16 % (61,6 млрд. грн.). Проблемами фондового рынка Украины являются: низкая ликвидность, зависимость от внешних площадок, «зарегулированность», плохая техническая оснащенность, слабая информированность граждан о фондовом рынке, а также то, что большая часть (89 %) в общем объеме биржевых торгов приходится на операции с облигациями внутреннего государственного займа (ОВГЗ), а не с акциями и корпоративными облигациями. С целью развития инвестиционной среды в Украине приняты законы «Об акционерных обществах», «О ценных бумагах и фондовом рынке», «Об институтах совместного инвестирования» и другие, проведена депо-