

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра технологий коммуникации

КЛЮШНЁВА
Диана Вячеславовна

**КОММУНИКАЦИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ
В БЕЛОРУССКОМ РИТЕЙЛЕ (НА ПРИМЕРЕ ГИПЕРМАРКЕТОВ
«ЕВРООПТ», «КОРОНА», «ГИППО»)**

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат философских наук,
доцент И. В. Сидорская

Допущена к защите

« ___ » _____ 2017 г.

Зав. кафедрой технологий коммуникации

кандидат философских наук, доцент И. В. Сидорская

Минск, 2017

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

Дипломная работа содержит: 70 страниц, 50 источников, 16 приложений.

РИТЕЙЛ, РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ, ПОТРЕБИТЕЛИ, ТЕХНОЛОГИИ КОММУНИКАЦИИ, ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ, КОММУНИКАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ, РИТЕЙЛЕР, ТОРГОВАЯ СЕТЬ, «ЕВРООПТ», «КОРОНА», «ГИППО».

Объект исследования дипломной работы – коммуникация ритейлеров с потребителями. Предмет исследования – эффективные технологии коммуникации белорусских ритейлеров с потребителями.

Цель дипломной работы – определить эффективные технологии коммуникации белорусских ритейлеров с потребителями.

Методы исследования: анализ, синтез, описательный метод, дедукция, сравнительный анализ, наблюдение, анкетный опрос, экспертное интервью.

Полученные результаты: ритейл в Беларуси – высококонкурентная сфера, в которой необходима планомерная и систематическая коммуникация с потребителями. Правильно выбранные и эффективно используемые технологии коммуникации позволяют привлечь к торговым сетям внимание общественности, сформировать благоприятный имидж розничной компании, повысить лояльность целевых аудиторий, расширить сегменты влияния. «Евроопт», «Корона», «Гиппо» используют различные технологии коммуникации и способы воздействия на потребителей, придерживаются различных стратегий, однако коммуникация трёх сетей примерно одинаково эффективна, так как ритейлеры придерживаются своего позиционирования и учитывают особенности своих целевых аудиторий.

Новизна дипломной работы заключается в том, что впервые в отечественной практике предметом научного исследования являются эффективные технологии коммуникации белорусских ритейлеров с потребителями.

Область возможного практического применения: результаты дипломной работы могут быть применены в деятельности торговых сетей «Евроопт», «Корона», «Гиппо» для ее оптимизации. Полученные выводы могут быть полезными представителям розничных компаний, профессиональному и академическому сообществу для дальнейшего исследования технологий коммуникации с потребителями.

Автор работы подтверждает достоверность материалов дипломной работы, а также самостоятельность её выполнения.

Клюшнёва Д. В

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ РАБОТЫ

Дыпломная работа змяшчае: 70 старонак, 50 крыніц, 16 дадаткаў.

РЫТЭЙЛ, РОЗНІЧНЫ ГАНДАЛЬ, СПАЖЫЎЦЫ, ТЭХНАЛОГІІ КАМУНІКАЦЫІ, ІНТЭГРАВАННЯ МАРКЕТЫНГАВЫЯ КАМУНІКАЦЫІ, КАМУНІКАЦЫЙНАЕ ЎЗАЕМАДЗЕЯННЕ, РЫТЭЙЛЕР, ГАНДЛЁВАЯ СЕТКА, «ЕЎРАОПТ», «КАРОНА», «ГІПА».

Аб’ект даследавання дыпломнай работы – камунікацыя рытэйлераў са спажыўцамі. Прадмет даследавання – эфектыўныя тэхналогіі камунікацыі беларускіх рытэйлераў са спажыўцамі.

Мэта дыпломнай працы – вызначыць эфектыўныя тэхналогіі камунікацыі беларускіх рытэйлераў са спажыўцамі.

Метады даследавання: аналіз, сінтэз, апісальны метады, дэдукцыя, параўнальны аналіз, назіранне, анкетнае апытанне, экспертнае інтэрв’ю.

Атрыманыя вынікі: рытэйл ў Беларусі – высокаканкурэнтная сфера, у якой неабходна планамерная і сістэматычная камунікацыя са спажыўцамі. Тэхналогіі камунікацыі, правільна абраныя і эфектыўна выкарыстаныя, дазваляюць прыцягнуць да гандлёвых сетак увагу грамадскасці, сфарміраваць спрыяльны імідж рознічнай кампаніі, павысіць лаяльнасць мэтавых аўдыторый, пашырыць сегменты ўплыву. «Еўраопт», «Карона», «Гіпа» выкарыстоўваюць розныя тэхналогіі камунікацыі і спосабы ўздзеяння на спажыўцоў, прытрымліваюцца розных стратэгий, аднак камунікацыя трох сетак прыблізна аднолькава эфектыўная, бо рытэйлеры прытрымліваюцца свайго пазіцыянавання і ўлічваюць асаблівасці сваіх мэтавай аўдыторый.

Навізна дыпломнай работы складаецца ў тым, што ўпершыню ў айчыннай практыцы прадметам навуковага даследавання з’яўляюцца эфектыўныя тэхналогіі камунікацыі беларускіх рытэйлераў са спажыўцамі.

Вобласць магчымага практычнага выкарыстання: вынікі дыпломнай работы могуць ужывацца ў дзейнасці гандлёвых сетак «Еўраопт», «Карона», «Гіпа» для яе аптымізацыі. Атрыманыя высновы могуць быць карыснымі прадстаўнікам рознічных кампаній, прафесійнай і акадэмічнай супольнасці для далейшага даследавання тэхналогій камунікацыі са спажыўцамі.

Аўтар работы пацвярджае пэўнасць матэрыялаў дыпломнай работы, а таксама самастойнасць яе выканання.

Клюшнёва Д. В.

ABSTRACT

The graduate work includes: 70 pages, 50 sources, 16 applications.

RETAIL, RETAIL TRADE, CONSUMERS, COMMUNICATION TECHNOLOGIES, INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS, COMMUNICATION INTERACTION, RETAILER, TRADING NETWORK, «EUROOPT», «KORONA», «GIPPO».

The object of the research is the communication of retailers with consumers. The subject of the research is effective technologies of communication between belarusian retailers and consumers.

The purpose of the graduate work is to determine effective technologies of communication between belarusian retailers and consumers.

Research methods are analysis, synthesis, descriptive method, deduction, comparative analysis, observation, questionnaire survey and expert interview.

The results obtained: retail in Belarus is a highly competitive sphere in which systematic communication with consumers is necessary. Effective communication technologies used to attract the attention of the public to trading networks, to form a favorable image of the retail company, to increase the loyalty of target audiences, and to expand the influence segments. «Euroopt», «Korona», «Gippo» use different technologies of communication and ways of influencing consumers. They adhere to different strategies, however, communication of the three networks is equally effective, as retailers take into account the peculiarities of their target audience and adhere to their positioning.

The novelty of the graduate work is that for the first time in the local practice the subject of scientific research is the effective communication technologies of belarusian retailers with consumers.

Area of possible practical application is that the results of the graduate work can be applied in the activities of trade networks «Euroopt», «Korona», «Gippo» for its optimization. The results can be useful for representatives of retail companies, the professional and academic community to further research of technologies for communication with consumers.

The author of the work confirms the authenticity of the materials of the graduate work, as well as the independence of its implementation.