

Мы ожидаем, что в результате реализации туристического бизнес-проекта брендом «Знаходка», суббрендами «Знаходка-Вела» и «Знаходка-Рака», а также аналогичных ему будет внесен значимый вклад в решение актуальной для белорусской туристической индустрии задачи стабилизации и ежегодного роста туристического потока, увеличения доходов и усиления отраслевых и рыночных позиций отечественных фирм.

### **Литература**

1. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. Статистический сборник. — Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2017. — 83 с.
2. Об утверждении Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 232 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. — Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600232>. — Дата доступа: 16.03.2018.
3. Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 9 янв. 2017 г., № 8 // Официальный сайт Министерства иностранных дел Республики Беларусь. — Режим доступа: [http://mfa.gov.by/upload/17\\_01\\_11\\_decree.pdf](http://mfa.gov.by/upload/17_01_11_decree.pdf). — Режим доступа: 17.03.2018.
4. Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 26 дек. 2017, № 462 // Официальный Интернет-портал Президента Республики Беларусь. — Режим доступа: [http://president.gov.by/ru/official\\_documents\\_ru/view/ukaz-462-ot-26-dekabrya-2017-g-17739/](http://president.gov.by/ru/official_documents_ru/view/ukaz-462-ot-26-dekabrya-2017-g-17739/). — Дата доступа: 17.03.2018.
5. Эллууд, А. Основы брендинга: 100 приемов повышения ценности товарной марки / А. Эллууд. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2002. — 336 с.

***А. И. Карась,  
Я. Р. Серачидинова,  
Е. Д. Куракова, В. М. Евсеева,***  
студенты 3 курса ВлГУ

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук, доцент  
***Е. С. Ловкова,*** ВлГУ

### **ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА «СЛАДКИЕ ИСТОРИИ»**

Гипотетическим брендом выступает марка «Сладкие истории» с девизом: «Расскажет зефир, как сладостен мир!». Это кондитерская компания, выпускающая зефир из полностью натуральных ингредиентов в виде фруктов, животных, цветов, мультипликационных персонажей и т. д.

*Миссия бренда:* вызывать позитивные эмоции у людей, привнося в жизнь сладкие моменты удовольствия. Мы работаем для тех, кто любит

себя баловать и открывать новые вкусы и формы, не забывая заботиться о собственном здоровье. Мы подарим улыбку даже самому изощренному гурману благодаря разнообразию ассортимента, высокому качеству и безопасности продукта. Мы делаем вашу жизнь слаще.

#### *Ценности бренда:*

1. Мы предлагаем нашим покупателям то, что любим сами и чем угощаем своих близких.

2. Отвечаем за качество и экологичность каждого своего продукта, а также и за работу каждого сотрудника компании;

3. Мы приносим радость вам и вашим близким;

4. Делаем привычные продукты еще более вкусными и интересными;

5. Мы активно интересуемся опытом партнеров, чтобы совместно развиваться и совершенствоваться;

6. Несем ответственность перед потребителями, сотрудниками и партнерами. Оказываем поддержку различным мероприятиям, направленным на социальные, экономические и экологические сферы жизни общества.

#### *Неповторимость бренда:*

— продукция нашей компании не имеет аналогов во всем мире;

— все наши изделия содержат только натуральные красители, консерванты и ароматизаторы, при этом никакого сахара в них Вы не найдете, что делает нашу продукцию безопасной для здоровья детей, людей с лишним весом и людей, страдающих диабетом.

— мы собрали лучшие технологии от ведущих кондитерских фабрик мира и совместили их в производстве нашей продукции;

— в нашей команде работают кондитеры, отлично знающие свое дело, создающие уникальные кулинарные изыски, которые по праву можно назвать шедеврами.

— мы специализируемся на производстве только зефира. У нас всегда можно приобрести изделия, отличающиеся великолепным вкусом и ароматом. Наши кондитеры — настоящие дизайнеры, способные придать зефиру любой облик.

*История бренда.* Создательница бренда Регина Зефирина в юности была скромной, милой девушкой, хобби которой были кулинария и чтение различных романов. Когда она перечитала все возможные романтические произведения из домашней библиотеки, мама девушки поведала ей необыкновенную историю их семьи, которая переходила из поколения в поколение.

Она началась в далеком 1898 году. Сын кондитера Петра Ивановича Зефирина, Владимир, влюбился в дочь богатого помещика. Анастасия, так звали девушку, только что вернулась из долгой поездки в Англию, и на тот момент была самой завидной невестой, вокруг которой постоянно было большое количество знатных, богатых кавалеров.

Владимир понимал всю безысходность своего положения. Он не был богат, не имел высокого титула, не мог себе позволить дорогие

подарки, которыми одаривали красавицу. Но сила его любви была настолько велика, что он решил признаться ей в своих чувствах с помощью сюрприза, сделанного своими руками. На свой день рождения Анастасия получила самый необыкновенный подарок — огромную корзину, наполненную до краев зефиром различного формы и цвета. Девушка растрогалась и ответила Владимиру, что такого для нее никто еще не делал. Так обычный парень завоевал сердце, казалось бы, недоступной красавицы. С тех пор пара была неразлучной.

Эта история произвела неизгладимое впечатление на Регину Зефирину. Ее увлекла не только история о любви, но и сам подарок Владимира. Девушка захотела сама попробовать сделать такую корзину сладостей. С этого и началась история марки «Сладкие истории».

Сегодня «Сладкие истории» — самая узнаваемая кондитерская торговая марка в России, олицетворяющая историю развития кондитерского производства на протяжении нескольких десятилетий. «Сладкие истории» стала легендарным кондитерским брендом, объединяющим старинные традиции и инновации.

Таким образом, предлагаемый нами бренд имеет ряд уникальных особенностей, выделяющих его на кондитерском рынке, что сказывается на его узнаваемости, спросе и лояльности клиентов. Благодаря этому марка «Сладкие истории» имеет высокий потенциал и возможности для выхода уже на мировую арену, где по прогнозам будет пользоваться аналогично высоким спросом.

*М. А. Максимова,  
А. А. Корегина,  
Ю. В. Букилина, М. А. Беспалова,*  
студенты 3 курса ИЭиМ ВлГУ

Научный руководитель:  
кандидат экономических наук, доцент  
**В. Н. Смирнов, ВлГУ**

## **ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА ПЕРВОЙ В РОССИИ ОНЛАЙН ЖЕНСКОЙ МОТИВАЦИОННОЙ ПЛОЩАДКИ WORK LIFE BALANCE**

В ходе исследования рынка интернет-ресурсов была выявлена проблема нехватки централизованной площадки для гармоничного развития женщин. Исходя из этого было принято решение о разработке платформы авторского гипотетического бренда площадки онлайн образования Work Life Balance.

Данный бренд находится на стадии внедрения, которая характеризуется нестабильностью, высокими рисками и издержками. Для того чтобы определить целесообразность дальнейшего развития бренда, внедряется «пробный маркетинг», формируется фокус-группа — главный