

– Финансирование через краудфандинг. Хотя эти платформы являются новым и еще не популярным способом привлечения денег, социальным предпринимателям следует серьезно рассмотреть этот вариант. Это отличный метод как привлечь начальный капитал за счет предварительной продажи своего продукта или услуги, так и попробовать себя на рынке с реальными клиентами [1].

**Заключение.** Таким образом, социальное предпринимательство существует в Беларуси и нуждается в поддержке и признании в своих миссиях по внесению позитивных изменений в социальную и экологическую сферы. В научной работе были рассмотрены проблемы социальных предпринимателей в Беларуси: они больше всего нуждаются в приобретении знаний о том, как построить успешный бизнес, повышении осведомленности о социальном предпринимательстве, а также финансовой и правовой поддержке государства.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Social Business in Belarus [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nadaciapontis.sk/data/files/Social%20Business%20in%20Belarus.pdf> – Дата доступа: 04.03.2020.

2. Социальное предпринимательство в Беларуси: вчера, сегодня, завтра [Интернет-ресурс]. – Режим доступа: [http://ibb-minsk.by/sites/default/files/social\\_enterprises\\_odb.pdf](http://ibb-minsk.by/sites/default/files/social_enterprises_odb.pdf) – Дата доступа: 04.03.2020.

УДК 339

### СТРАТЕГИЯ ОАО «МОГИЛЕВЛИФТМАШ» В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА

*А.А. Пивоварова, студентка группы 10503217 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

*Резюме - В этой статье рассмотрены стратегии развития предприятия ОАО «Могилевлифтмаш», комплексы мероприятий для выполнения плана развития организации, а также идея внедрения новых конструкторских решений по повышению качества выпускаемой продукции.*

*Summary - This article discusses the development strategies of JSC "Mogilevliftmash" enterprise, sets of measures to implement the development plan of the organization, as well as the idea of introducing new design solutions to improve the quality of the products produced.*

**Введение.** Стратегическая цель предприятия ОАО «Могилевлифтмаш» в области качества - быть в группе лидеров в лифтостроении среди промышленных предприятий СНГ и обеспечить конкурентоспособность на внутреннем и внешнем рынках.

**Основная часть.** В основу стратегии развития предприятия положены следующие принципы: ориентация на потребителя; развитие персонала, основанное на повышении его квалификации и мотивации; процессный подход, основанный на повышении технического уровня производства, с целью выпуска качественной продукции и снижении затрат; постоянные улучшения на основе непрерывной инновационной деятельности и взаимовыгодные отношения с поставщиками [1].

Реализация стратегии достигается за счет ежегодной разработки и реализации «Комплексного плана технического и социального развития предприятия», который предусматривает совокупность работ, направленных на обеспечение качества выпускаемой продукции по следующим направлениям: снижение уровня несоответствий, выявленных в процессе монтажа и эксплуатации; внедрение новых технологий по улучшению качества и потребительских свойств выпускаемой продукции; обеспечение постоянного мониторинга процесса производства, а также развитие технического сервиса для поддержания высокого уровня удовлетворенности потребителей. Для выполнения комплексного плана развития организации существует перечень мероприятий: проведение периодической оценки удовлетворенности потребителей продукцией; усовершенствование системы идентификации с применением электронных средств регистрации данных о качестве продукции; проведение мониторинга монтажа и эксплуатации лифтов на объектах.

Под проведением периодической оценки удовлетворенности потребителей подразумевается осуществление опросов, принятие мер по поддержанию удовлетворенности на должном уровне.

Усовершенствование системы идентификации с применением электронных средств регистрации данных о качестве представляет собой применение штрихкодирования в процессе производства продукции.

Поскольку стратегической целью предприятия ОАО «Могилевлифтмаш» является обеспечение конкурентоспособности на рынке, рациональным решением будет внедрение новых конструкторских решений для повышению качества выпускаемых лифтов: отсутствие машинного помещения, что значительно сократит объем строительных работ и материалов, уменьшая общую стоимость строительства; более низкие шумовые характеристики, что положительно повлияет на комфортность поездки в лифте; обеспечение высокой точности остановки кабины, что обеспечит безопасность входа и выхода лиц пожилого возраста, инвалидов и пассажиров с колясками. Усовершенствованные лифты позволят конкурировать с мировыми лидерами лифтостроения. [2]

**Заключение.** Таким образом, реализация данной программы позволит повысить уровень качества выпускаемой продукции, удовлетворить потребителя и сохранить лидирующие позиции среди лифтостроительных предприятий СНГ.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Статья «Маркетинговая деятельность организации». [Электронный документ]. – Режим доступа: [https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0b65635a3ac78a5d43b89421216d36\\_1.html](https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0b65635a3ac78a5d43b89421216d36_1.html) - Дата доступа: 06.03.2020.

2. Н.М.Иванов Программа по обеспечению качества и технического сервиса лифтов ОАО «Могилевлифт-маш» - 2019.

УДК 339

### ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ОАО «ЗЕНИТ»

*А.А. Пивоварова, студентка группы 10503217 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

*Резюме - В данной статье рассмотрены составные части комплекса мероприятий, целью которых является повышение эффективности рекламной деятельности на предприятии ОАО «Зенит».*

*Summary - This article considers the components of the package of measures, the purpose of which is to increase the efficiency of advertising activities at the enterprise of JSC «Zenit».*

**Введение.** Основным видом производственной деятельности ОАО «Зенит» является разработка и производство электротехнических изделий для комплектации лифтов. Второе направление – производство энергосберегающих ламп и светильников, а также фар и фонарей для сельскохозяйственной, автотракторной и внедорожной техники. Данное направление является очень перспективным и уникальным для стран СНГ, так как светодиодные фары ближнего, дальнего и рабочего света различных модификаций для тяжелых условий эксплуатации являются разработкой специалистов ОАО «Зенит» и не являются конструктивными аналогами светотехники других производителей. В мире существует только один конкурент указанной светотехники — это фирма HELLA, Германия.

**Основная часть.** Успех любого предприятия зависит не только от размера первоначального капитала, но и от качества рекламной деятельности. Рекламная деятельность представляет собой комплекс разнообразных мероприятий, целью которых является рассказать о товарах какого-либо производственного предприятия. Это могут быть выставки, семинары, презентации или конференции. Реклама является действенным инструментом, с помощью которого устанавливаются взаимоотношения между производителями и потребителями, а именно привлечение внимания покупателей, определение их поведения и создание положительного образа самого предприятия. На данный момент на предприятии ОАО «Зенит» одним из инструментов повышения эффективности рекламной деятельности является получение обратной связи от потребителей так как для получения эффекта от рекламы необходим анализ потребностей и интересов своей целевой аудитории. Это может быть заполнение анкет путем телефонных переговоров, путем анкетирования в торговых организациях и фирмах, путем общения во время командировок, на выставках и семинарах [3].

Также важную роль в успехе рекламной кампании играет привлекающее рекламное объявление, состоящее из качественного изображения и убедительного текста. Касаемо предприятия ОАО «Зенит» в течение 2019 г. неоднократно обновлялся каталог светодиодных ламп и светильников, были изготовлены новые каталоги «Лифтовое оборудование» и «Светодиодное освещение для транспорта», оформлен рекламный буклет «Светодиодное освещение для лесохозяйственных предприятий», а также были созданы копии существующих и новых каталогов, переведённые на английский язык. Необходимо отметить, что в 2020 году спрос на электротехнические изделия для комплектации лифтов за рубежом вырос, по сравнению с 2019 годом, что является следствием эффективной рекламной деятельности предприятия за 2019 год.

Поскольку ОАО «Зенит» предприятие радиотехнического профиля имеют место быть публикации в специализированных журналах и газетах. Например, в декабре 2019 году в печатном органе Министерства лесного хозяйства Республики Беларусь «Белорусская лесная газета» и в республиканской газете «Беларусь Сегодня» была опубликована рекламная статья о светодиодной продукции. Помимо публикации в печатных изданиях, положительный результат может дать трансляция рекламных роликов на республиканских каналах. В 2019 году работа общества и выпускаемой светодиодной продукции освещалась в новостных программах на каналах БТ и Могилёв-ТВ.

На сегодняшний день, одним из самых эффективных способов продвижения продукции ОАО «Зенит» является участие в международных специализированных выставках, поскольку это прекрасная возможность увеличить число заказчиков. Помимо этого, организаторы выставок предлагают предприятиям не просто участие, а фактически комплексную рекламную кампанию, которая включает в себя размещение подробной информации об участнике на сайте, в каталоге, информационных материалах выставки, упоминание компании