

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 - 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

в электронных и почтовых рассылках, статьях в печатных изданиях и на интернет-порталах. В 2019 г. ОАО «Зенит» принял участие в 9-ти выставочных мероприятиях. Одной из самых крупных стала «Выставка светодиодного освещения» в г. Стамбул (Турция) [2].

Ещё одним преимуществом участия в выставках является возможность наглядного представления продукции, что позволяет заказчикам лично оценить, попробовать в действии и получить точное представление о всех характеристиках товара. Благодаря этому обеспечивается запоминаемость и формируется доверие к продукту [1]. Как правило, предприятие ОАО «Зенит» в качестве выставочного образца предоставляет энергосберегающие лампы, светильники, фары и фонари для сельскохозяйственной техники. Но так как ОАО «Зенит» входит в состав холдинга «Могилёвлифтмаш», устройство управления лифтом и другие комплектующие так же должны быть представлены в качестве выставочного образца на стенде. И именно для такого вида продукции фактор наглядности играет особую роль. Например, крупногабаритное оборудование к каждому потенциальному заказчику вживую не повезёшь., как и заказчик, в свою очередь, не будет ездить к каждому потенциальному поставщику. Специализированная выставка позволяет одной стороне - продемонстрировать, а другой – оценить оборудование.

Заключение. Таким образом, совокупность названных преимуществ делает специализированные выставки действительно самым действенным инструментом продвижения товаров и услуг на предприятии ОАО «Зенит».

ЛИТЕРАТУРА

1. Статья «Организация и участие предприятий в выставках». [Электронный документ]. – Режим доступа: https://studbooks.net/1188562/marketing/organizatsiya_uchastie_predpriyatij_vystavkah_yarmarkah. - Дата доступа: 05.03.2020.
2. Шепелев Д.А. Пояснительная записка к отчёту результативности процесса «Организация взаимодействия с потребителем и оценка их удовлетворённости» за 2019 год на предприятии ОАО «Зенит». – 2019.
3. Волков А.А. План совершенствования процесса «Организация взаимодействия с потребителем и оценка их удовлетворённости» на 2019 год на предприятии ОАО «Зенит» - 2019.

УДК 338

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПРИЧИН НЕУДАЧ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

*П.В. Прудникова, Е.А. Гладкая, студентки группы 10503117, ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – Предприниматель – это человек, который создает новый бизнес в целях получения прибыли или иной выгоды. Предприниматели играют большую роль в экономике, используют навыки и знания, необходимые для прогнозирования потребностей людей и продвижения новых идей на рынок. Предприниматели, которые успешно справились с рисками нового бизнеса, получают прибыль и возможность роста в будущем. Кто потерпел неудачу, понесли убытки и становятся менее востребованными на рынках.

Summary – An entrepreneur is a person who creates a new business in order to make a profit or other benefit. Entrepreneurs play an important role in the economy, using the skills and knowledge needed to predict people's needs and promote new ideas to the market. Entrepreneurs who have successfully coped with the risks of a new business get a profit and an opportunity to grow in the future. Those who have failed have suffered losses and become less popular in the markets.

Ведение. В этой статье рассматриваются и обсуждаются пять основных причин, по которым предприниматели терпят неудачу, и они связаны с финансированием, укомплектованием персоналом, финансами, а также с достижением пика слишком рано или поздно. Все эти причины имеют общую тему: не удастся успешно управлять предприятием.

Основная часть. Первая из этих причин связана с аспектом финансирования. Как все мы знаем, новые предприятия и стартапы нуждаются в финансировании на всех этапах своего жизненного цикла, и, следовательно, предприниматель должен гарантировать, что венчурные капиталисты и финансовые учреждения поддерживают его с самого начала и продолжают оказывать помощь на протяжении всего процесса. Часто случается так, что предприниматели могут обмануть, так как идея, которая выглядит хорошо, изначально не в состоянии принести доход или бизнес, что приводит к тому, что венчурные капиталисты развивают хладнокровие и отступают от венчурного бизнеса. Помимо этого, это также тот случай, когда некоторые стартапы и их основатели не ожидают непрерывного денежного потока, необходимого для поддержания предприятия на плаву, и мы обсудим это подробно отдельно.

Вторая причина, по которой предприниматели терпят неудачу, связана с укомплектованием персоналом, когда предприниматели часто не укомплектовывают штат своих предприятий необходимыми сотрудниками и часто не имеют необходимых ресурсов, когда предприятие начинает свою деятельность. Например, в наши дни предприятиям требуется достаточно ресурсов, когда проекты запускаются или когда бизнес начинает разви-