

Окончание таблицы 1

Достоинства	Недостатки
PEST-анализ	
<ul style="list-style-type: none"> -обеспечение единой полноценной картины внешнего окружения; -детальный анализ внешней среды; -стимулирование руководителя к действию и принятию во внимание внешних факторов; - способствует общему пониманию рынка, определению позиции фирмы, перспектив совершенствования и направления бизнеса; - метод даст наилучшие итоги, если систематически осуществлять анализ, используя одинаковый формат. 	<ul style="list-style-type: none"> -значительно сокращается объем данных, которые используются в принятии решения; -при большом объеме данных сложно понять какие факторы влияют в наибольшей степени; -расхождения в итогах анализа; -кратковременный ориентир организаций; -анализ сложен для фирм, которые функционируют в разных отраслях одновременно.
STEEP-анализ	
<ul style="list-style-type: none"> - требуется четко понимать и изучать постоянно взаимодействующие количественные и качественные элементы; - информация в большинстве своем получается благодаря вторичным источникам; - анализ является предупреждающим методом. 	<ul style="list-style-type: none"> - необходима развитая находчивость и интуиция; - нужно накапливать и прослеживать неизменные источники данных.

Источник: разработка автора на основе [2]

Заключение. Таким образом, анализ внешней среды - это целостный и глубокий процесс для создания стратегии организации, требующий тщательного наблюдения за совершающимися в среде действиями. Он поможет в оценивании факторов и установлении взаимосвязей между их сторонами, а также возможностями и угрозами, которые сосредоточены во внешней среде. В ходе проведенного анализа положительных сторон и недостатков известных в экономической литературе методов оценки внешней среды, нами было установлено, что наиболее эффективными методами оценки внешней среды организации являются: SWOT-анализ, используемый для разделения информации по позитивным и негативным сторонам, возможностям и угрозам; PEST-анализ для мониторинга и оценки политических, экономических, социальных и технологических факторов, на действие которых фирма не в силах оказать влияние; STEEP-анализ для изучения социальных, технологических, экономических, экологических и политических факторов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Внутренняя и внешняя среда предприятий [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.monographies.ru/ru/book/section?id=417> . Дата доступа: 14.03.2019
2. Методы анализа внешней среды предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://edrj.ru/article/26-08-17> . Дата доступа: 14.03.2019
3. Примеры, методы, возможности Swot-анализа [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://center-yf.ru/data/Marketologu/Swot-analiz.php> . Дата доступа: 15.03.2019

УДК 658.562

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ, ПРОИЗВОДЯЩЕГО СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ МАШИНЫ И ОБОРУДОВАНИЕ

*И.А. Габрусь, студентка группы 10503416 ФММП БНТУ,
научный руководитель - канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – Актуальность данной темы определена необходимостью повышения качества продукции, которое в свою очередь играет важную роль для предприятия-производителя, потребителя и национальной экономики в целом. От продукции высокого качества национальная экономика получит следующие преимущества: увеличение экспорта, повышение уровня жизни населения и завоевание авторитета государства в мировом сообществе. Продукция не высокого качества приведет к уменьшению объема продаж, прибыли и рентабельности и снижению экспорта.

Summary –The relevance of this topic is determined by the need to improve product quality, which in turn plays an important role for the enterprise-producer, consumer and the national economy as a whole. The na-

tional economy will receive the following benefits from high-quality products: an increase in exports, an increase in the standard of living of the population and the gaining of the authority of the state in the world community. Products of low quality will lead to a decrease in sales, profits and profitability and a decrease in exports.

Введение. Деятельность любого предприятия характеризуется различными показателями. Одним из наиболее важных считается качество продукции. Качество - совокупность свойств, которые определяют соответствие конкретной продукции своему назначению и которые способны удовлетворять потребности потребителей [3].

Основная часть. Важным рычагом управления качеством продукции является стандартизация. Под качеством продукции понимается соответствие государственным стандартам, отраслевым стандартам и техническим условиям. Если продукция будет обладать высоким качеством, увеличится эффективность производства, будет наблюдаться рост уровня жизни населения, улучшатся условия труда и охрана окружающей среды [3]. Можно будет наблюдать увеличение объема реализации и рентабельности капитала компании.

Сельскохозяйственная отрасль нуждается в надежных, высокопроизводительных, но в то же время экономичных отечественных машинах, которые позволят ускорить технологические процессы производства [2]. Чтобы выявить пути повышения качества продукции на предприятии, занимающимся производством сельскохозяйственных машин и оборудования, возьмем для примера ОАО «Бобруйскагромаш», так как это предприятие является одним из лидеров отечественного рынка сельскохозяйственных машин, его продукция экспортируется в Венгрию, Болгарию, Румынию, Сербию, Молдову, Словакию, Чехию, Литву, Латвию и другие страны. Продукция данного предприятия может похвастаться высоким техническим уровнем, имеет сертификаты соответствия в Национальной системе сертификации Республики Беларусь и Российской Федерации [1]. Из-за большой конкуренции ОАО «Бобруйскагромаш» с трудом продвигает свою продукцию на зарубежные рынки [1]. Для исправления положения, предприятие нуждается в снижении себестоимости продукции, что повлечет за собой снижение стоимости и увеличению объемов реализации сельскохозяйственной техники. Также заводу необходимо производить новые виды машин и обновлять свое оборудование. Одним из ключевых моментов является снижение потерь от брака, поэтому предприятие должно направлять все свои усилия и средства, чтобы не допустить брак. Своевременное обнаружение отклонений, которые могут привести к различного рода дефектам, обеспечивает продукцию надлежащим качеством.

Из-за нехватки оборотных средств, ОАО «Бобруйскагромаш» не может позволить себе материалы наивысшего качества, оно вынуждено находить новых поставщиков, предоставляемых им комплектующие изделия. На предприятии в целях повышения качества продукции целесообразно провести следующие мероприятия:

1. Необходимо не только разработать производственный процесс, но и заниматься его совершенствованием и исправлением брака. В целях снижения брака и модернизации физически и морально устаревшего оборудования для механической обработки деталей, повышения гибкости производственного процесса и качества производимой продукции следует осуществлять модернизацию механообрабатывающего оборудования.

2. Производить контроль на всех этапах технологического процесса, начиная с проверки качества комплектующих изделий и материалов и заканчивая проверкой уже готового оборудования.

3. Развивать коммуникацию предприятия с поставщиками, предоставляемыми комплектующие изделия и материалы и с потребителями через рекламу, так как продукция данного предприятия является довольно высококачественной и ее реклама, по всем средствам массовой информации, включая Интернет, позволит создать или укрепить имидж продукции как высококачественного продукта.

4. Модернизировать сервисное обслуживание сельскохозяйственной техники, ремонт и техническое обслуживание в сервисных центрах в каждом районном центре.

5. Принимать участие в различных выставках, конкурсах среди выпускаемой продукции. Это может быть выставка SAHARA, которая является самой крупной на севере Африки и Ближнего Востока, выставки Белагро и AGRITECHNICA.

6. Совершенствовать систему повышения квалификации персонала на базе профильных высших учебных заведений, например, БГАТУ.

7. Стимулировать труд персонала организации путем премирования сотрудников за достижение высоких результатов, применения взыскания или наказания, признания трудовых заслуг, оснащенности рабочего места, возможности движения по карьерной лестнице.

8. Повышать эффективность работы отдела технического контроля за счет разработки и реализации программы по профилактике брака, за счет предотвращения нарушений технологического процесса, за счет найма дополнительных контролеров за качеством продукции и покупки нового высокоточного контрольно-измерительного оборудования в цеха и в отдел контроля качества.

Заключение. Проведение и реализация данных мероприятий позволит заводу не только добиться цели повышения качества, но и стать более конкурентоспособным на рынке, позволит завоевать доверие у

потенциальных потребителей, увеличить объем продаж, следовательно, и прибыль, но это не решит проблему качества в целом. На каждом предприятии рекомендуется разработать и внедрить систему управления качеством продукции согласно стандарту ИСО 9000. Благодаря этой системе улучшится управление качеством продукции, и в результате предприятие перейдет на более высокий уровень функционирования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пути повышения качества продукции [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://clck.ru/FfhAQ>
Дата доступа: 17.02.2019.

2. Повышение качества и эффективности сельскохозяйственной техники [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studopedia.ru/3_34859_povishenie-kachestva-i-effektivnosti-selskohozyaystvennoy-tehnik.
Дата доступа: 18.02.2019.

3. Качество [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Качество>. Дата доступа: 18.02.2019.

УДК 654

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ

*И. А. Габрусь, студентка группы 10503416 ФММП БНТУ,
научный руководитель – преподаватель С.В. Свиридович*

Резюме – Актуальность темы заключается в том, что продвижение в интернете является хорошим методом донесения до потребителя информации, нуждающейся в распространении между потенциальными потребителями. Современная практика продвижения в интернете показывает, что применение методов интернет-маркетинга позволяет значительно расширить деятельность компаний, вывести бизнес на более широкий уровень экономического пространства.

Resume – The relevance of the topic lies in the fact that the promotion of the Internet is a good method of conveying to the consumer information that needs to be disseminated among potential consumers. The current practice of promotion in the Internet shows that the use of Internet marketing methods can significantly expand the activities of companies, to bring business to a wider level of economic space.

Введение. Социальная сеть – это интернет-площадка, сайт, который предназначен для построения взаимоотношений между зарегистрированными на нем людьми не только из одного города, но и между пользователями из разных стран. Используя данный ресурс каждый человек может разместить информацию о себе, например, своё хобби, дату рождения, личные фотографии и т.д. [1]. Социальные сети могут представлять собой открытую или закрытую систему. В открытой системе любой интернет-пользователь может просмотреть ту или иную страницу, а при закрытой системе доступ к ней будет только у определенного количества человек [2].

Основная часть. Socialmediamarketing (SMM) – это маркетинг в социальных сетях, который занимается продвижением товаров и услуг, а также компании в целом. Следует помнить, что SMM распространен не только в социальных сетях, но и на различных форумах, блогах, медиаресурсах, которые предполагают тесную коммуникацию пользователей. Данный метод возник с появлением крупных социальных сетей (Твиттер, ВКонтакте), он работает на ближайшую перспективу, создавая при этом положительное отношение к бренду у целевой аудитории [2]. SMM продвижение включает в себя: работа с контентом в различном формате; взаимодействие с целевой аудиторией; создание креативного материала; реклама; работа с известными людьми и лидерами мнений; проведение конкурсов, опросов, викторин и игр; разработка стратегии продвижения на определенные периоды; создание своего стиля; внесение правок [3]. Если говорить о преимуществах SMM продвижения, можно выделить следующие: небольшая стоимость; создание своей группы не требует больших затрат; высокая степень вирусности; за небольшое время можно получить огромное количество посетителей на свой сайт, потому что информация распространяется моментально; очень хорошие перспективы развития; социальные сети из-за активного использования постоянно обновляются; невысокая конкуренция. Еще не все крупные компании по достоинству оценили социальные сети [2]. Несмотря на свои преимущества, SMM имеет и ряд недостатков:

1. Аналитика не развита. Анализировать действия пользователей сайта или социальной группе очень сложно, потому что там нет таких данных, которые может предоставлять такой сервис аналитики, как Яндекс, имеются лишь общие цифры.

2. Модераторы контролируют сеть. Так как сайт активно используется большим количеством человек, не исключается блокировка или ограничение его работы.

3. Потребность в администрировании. Для поддержания жизнедеятельности сайта или группы необходимо уделять немало времени, поэтому потребуется человек для администрирования [2].