

УДК 339.138

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ ТЯЖЕЛОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЗАО «РЕМЕЗА»

Студент Гудеева А. М.

Научный руководитель Л. Л. Соловьева

Гомельский государственный университет имени П. О. Сухого
Гомель, Республика Беларусь

На современном этапе на предприятиях тяжелой промышленности в Республике Беларусь наблюдается тенденция к повышению роли маркетинга. На первый план на предприятиях выходит задача по формированию комплексной стратегии продвижения, в рамках которой должна быть выстроена эффективная система интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Предприятия данной отрасли рекламируют свои товары через сайты в Интернете, так как степень использования интернета человеком растет каждый день.

Объектом исследования в данной работе является предприятие по производству компрессорного оборудования закрытое акционерное общество «Ремеза» [1].

Одним из способов продвижения товара является участие в очных выставках.

В 2017 году компания приняла участие в 78-й международной специализированной выставке МЭДВИН [1].

Компания приняла участие в крупнейшей промышленной выставке мира «Hannover Messe 2017», «Hannover Messe 2019» [2].

Однако в связи массовым использованием Интернета, появляется возможность в организации электронной выставки.

Виртуальная выставка – публичная демонстрация достижений в какой-либо области человеческой деятельности с помощью электронных ресурсов.

Использование возможностей оформления электронной выставки позволяет акцентировать внимание на каждом конкретном выставочном экземпляре.

Виртуальные выставки дают возможность предприятиям избежать финансовых расходов, которые возникли бы при проведении оффлайн выставки.

Для посетителей виртуальные выставочные стенды – это возможность максимально комфортно ознакомиться с продуктами, услугами организации.

В основу виртуальных выставок заложен принцип, который действует на офлайн мероприятиях: масштабное привлечение целевой аудитории, интересующейся обозначенной тематикой.

Для проведения электронной выставки, инициатором которой выступает предприятие тяжелой промышленности ЗАО «Ремеза», нужна платформа или сайт, на которой будут размещаться продукты разных предприятий. Данная платформа будет разработана для предприятия компанией Студия Борового [3].

В электронной выставке смогут принять предприятия отрасли тяжелой промышленности, которые внесут оплату в размере 2000 белорусских рублей. Выставка начнет быть открытой, как только подадут заявки 20 компаний. Таким образом, стоимостной барьер входа на выставку составит 40000 бел. руб.

Цена сайта в Студии Борового составит 30171,14 белорусских рублей. Постоянная поддержка и развитие сайта – 1340,94 белорусских рубля, продвижение выставки – 2480,74 белорусских рубля. Затраты на проведение электронной выставки составят 33992,82 бел. руб. [4].

Рассчитаем приблизительное значение увеличения объема прибыли по данному мероприятию. Для этого было опрошено пять экспертов - лицо, обладающее специальными знаниями, способный дать корректное заключение. По мнению экспертов, средний объем предполагаемого увеличения объема продаж от электронной выставки составит 2,3%. Мнения экспертов согласованы, так как коэффициент вариации по электронной выставке составил 0,1 (для согласованности мнений коэффициент вариации должен быть меньше 0,33) [5].

Для того, чтобы понять, стоит внедрять мероприятие на предприятие ЗАО «Ремеза» нужно рассчитать экономический эффект. Рентабельность продукции за 2020 год составила 38,47% (согласно отчетности предприятия). Выручка от мероприятия равна 2125,2 бел. руб. Прибыль от внедрения мероприятия составила 590,43 бел. руб. [5].

Следовательно, открытие электронной выставки принесет прибыль предприятию ЗАО «Ремеза» в размере 6597,61 белорусских рублей и новых потребителей.

Продвижение товара через интернет должно быть с минимальными временными и финансовыми издержками. Потому стоит уделять внимание созданию различных оптимальных алгоритмов для решения задач на всех этапах продвижения с целью ускорения процесса и его автоматизации. Предприятию стоит продумывать маркетинговые стратегии продвижения, которые будут позволять не только выявлять нужды потребителей, увеличивать доходность компании, но и комплексно влиять на ее развитие в долгосрочной перспективе. Компаниям отрасли тяжелой промышленности стоит уделять время как работающим стратегиям, так и открывать новые направления в данной политике.

Литература

1. ЗАО «Ремеза». [Электронный ресурс]. – Минск, 2022. – Режим доступа: <https://www.remeza.com/> – Дата доступа: 08.04.2022.
2. Hannovermesse. – [Электронный ресурс]. – Минск, 2022. – Режим доступа: <https://www.hannovermesse.de/en/> – Дата доступа: 08.04.2022.
3. Студия Борового [Электронный ресурс]. – Минск, 2022. – Режим доступа: <https://www.db.by/> – Дата доступа: 08.04.2022.
4. Студия Борового [Электронный ресурс]. – Минск, 2022. – Режим доступа: <https://ratingruneta.ru/agency-db/> – Дата доступа: 08.04.2022.
5. Семенова, К. С. Стимулирование сбыта нового вида продукции с помощью дегустации / К. С. Семенова // Беларусь в современном мире: матер. XIII Междунар. науч. конф. студ. аспирант. и молодых ученых; под общ. ред. В. В. Кириенко. – Гомель: ГГТУ им. П. О. Сухого, 2020. – С. 141.