

проекта оценивается в 903 900 рублей, при этом инициатор проекта подал заявку на конкурс грантов Росмолодёжи с целью привлечения финансирования в размере 1 млн. рублей для поддержки своей социально-значимой инициативы.

Список литературы

1. Смирнова, М.Е. Проблемы озеленения малых городов (на примере г. Белозерска) / М.Е. Смирнова // Молодые исследователи агропромышленного и лесного комплексов - регионам: сборники научных трудов по результатам работы 6 Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. - Вологда; Молочное, 2021. - С. 304-309

2. Суворова, Е.А. Оценка степени декоративности интродуцентов в дендрологическом саду Вологодской ГМХА / Е.А. Суворова // Молодые исследователи агропромышленного и лесного комплексов - регионам: сборник научных трудов по результатам работы 7 Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. - Вологда: Молочное, 2022. - С. 299-302.

3. Ворошникова, М.Д. Декоративный потенциал рода яблоня (*Malus*) для озеленения населенных пунктов Европейского Севера / М.Д. Ворошникова, Е.Б. Карбасникова // Актуальные проблемы и векторы развития сельскохозяйственного производства в современных условиях: сборник научных трудов по результатам работы всероссийской научно-практической конференции с международным участием. - Вологда; Молочное, 2024. - С.141-144.

УДК 330.146

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ПЕРСПЕКТИВНЫХ РЫНКОВ ПРОДУКЦИИ

*Горбатовская Елизавета Валерьевна, студент,
Сапун Оксана Леонидовна, науч. рук., канд. пед. наук, доцент
УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск, Республика Беларусь*

Аннотация. В статье рассматривается маркетинговая деятельность, как фактор повышения конкурентоспособности, выявлены основные направления маркетинговой деятельности организации ООО «ПолипластХИМ» по освоению перспективных рынков сбыта.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, конкурентоспособность, рынки сбыта, брендбук, розничная торговля, экономическая эффективность, рентабельность.

В настоящее время представление компании на рынке сложно представить без полноценной маркетинговой стратегии. Под маркетингом понимают не просто рекламу в интернете или социальных сетях, это комплекс мероприятий, позволяющий учесть все финансовые, материальные и трудовые ресурсы для продвижения компании на рынке, стимулирования сбыта товара и услуг, повышения доверия со стороны населения, привлечения денежных средств, популяризации бренда [1, 5, 6].

Объектом исследования является ООО «ПолипластХИМ».

Предмет исследования — маркетинговая деятельность организации.

Целью работы является выявление и обоснование основных направлений маркетинговой деятельности организации ООО «ПолипластХИМ» по освоению перспективных рынков сбыта.

В данной работе предлагается ряд мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятия для продвижения бренда и увеличения сбыта продукции на ООО «ПолипластХИМ», а именно:

- разработка собственного брендбука для создания своеобразной, неповторимой и запоминающейся самоидентификации фирмы. Данное предложение не несет никаких дополнительных вложений, так как этим занимается отдел маркетинга по собственному желанию и инициативе в рабочее время без дополнительных затрат.

- организация продажи продукции ООО «ПолипластХИМ» в строительных гипермаркетах. Это позволит повысить узнаваемость продукции и бренда [4]. А также поможет избежать «залеживания» продукции на складах предприятия. Экономический эффект составляет 22 200 руб.

- проведение ежегодного строительного форума поможет привлечь новых клиентов, тем самым заключить новые договора на поставку продукции ООО «ПолипластХИМ», а это в свою очередь расширение рынков сбыта. Экономический эффект от проведения данного мероприятия – это полное покрытие затрат по смете форума. И чистая выгода – 3 166,67 руб.

- использование анкетирования на форуме – это возможность выявить и проанализировать положительные и отрицательные моменты в организации мероприятия для дальнейшей проработки побед и промахов в будущем.

В компании «ПолипластХИМ» ведется разработка собственного брендбука собственными силами отдела маркетинга предприятия [2].

Также предлагаем рассмотреть скидку для магазинов в размере 10-15%. Для ООО «ПолипластХИМ» это небольшая потеря в сравнении с тем, что эта продукция могла остаться вообще нереализованной.

Компания «ПолипластХИМ» ежегодно проводит «Большой строительный форум», на который приглашаются более 200 специалистов и руководителей предприятий строительной отрасли.

Такое мероприятие представляет собой платформу для презентации актуальных предложений бренда, в очередной раз привлекая внимание целевой аудитории к продукции компании. Приглашаются эксперты, ученые, профессионалы строительного сегмента рынка не только из Беларуси, но и стран СНГ [3].

При проведении форума было опробовано применение анкетирования гостей мероприятия. Опрос участников форума проводился 28 сентября 2023 г. в г. Минске, Республика Беларусь, методом анкетирования.

По результатам были получены 70 анкет, с качественными и количественными данными, основанные на отзывах основной аудитории - специалистов крупных производителей железобетонных конструкций, бетонных заводов и строительных компаний.

Анкетирование было проведено с целью определения основных предпочтений и пожеланий о наиболее актуальных темах, интересующих потенциальных и действующих клиентов на форуме в этом году, и следующем, а также выявления удовлетворенности и пользы от посещения форума.

Опрашиваемые писали свои мнения в анкете из 16-ти закрытых вопросов и развернуто высказывали свои пожелания в открытом вопросе.

Опрошенные клиенты высоко оценили показатели эффективности участия, особенно организацию семинара и информационное обеспечение.

Расходы на участие в форуме представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Смета расходов на проведение форума

№	Наименование	Сумма с НДС, руб.
1	Аренда зала	1 790,00
2	Организация питания (кофе-пауза, фуршет)	9 711,60
3	Проживание в одноместных номерах	600,00
4	Завтраки «Шведский стол»	165,00
5	Трансфер гостей (Аэропорт – Минск; Минск – Аэропорт)	220,00
6	Листовка «Программа форума» (100 шт.)	90,00
7	Листовка «Анкета» (100 шт.)	40,80
8	Сертификаты участникам (32 шт.)	84,48
10	Каталог продукции (100 шт.)	1 968,00
11	Оплата авиабилетов (С-Петербург – Минск – С-Петербург)	663,45
12	Подарки с нанесенным логотипом для спикеров и почетных гостей (Настольный органайзер (5 шт.), Внешний аккумулятор (15 шт.), Многофункциональные часы (5 шт.), Термокружка (5 шт.), Визитница (15 шт.), Брелок-рулетка (20 шт.), Часы настенные (5 шт.)	2 255,84
	ИТОГО	15 333,33

Из представленных расчетов видно, что ожидаемая прибыль от проведения данного мероприятия полностью покрывает все расходы, связанные с организацией, форума и останется 3166,67 руб. ($18\,570 - 15\,333,33 = 3\,166,67$ руб.).

Список литературы

1. Маркетинг в Беларуси 2022: технологии и перспективы [Электронный ресурс]. – URL: <http://fmk.bseu.by/%d0%bc%d080-%d1%83%d1%81%d0%b8-2022//>. – Дата доступа: 10.01.2024
2. Сапун, О.Л., Тарасов, А.Ю. Маркетинговые технологии компании «ПолипластХИМ» / Формирование эффективной системы менеджмента в условиях транзитивной экономики: материалы I Международной научно- практ. конф. (Мелитополь, 26-27 марта 2024 г. Мелитополь: МелГУ, 2024. – С. 667-682
3. Сапун, О.Л., Тарасов, А.Ю. Конкурентоспособность предприятий на строительном рынке / Формирование организационно-экономических условий эффективного функционирования АПК: сборник научных статей XVI Междун.научно-практ. конф. (Минск, 23–24 мая 2024 г.) – Минск: БГАТУ, 2024. – С. 217-221.
4. Шихова, О.А. Методологические подходы к интегрированной оценке силы бренда на основе системы индикаторов и моделирования обобщенных результатов опроса потребителей. – Текст: непосредственный. // Статистика и экономика, 2021. – №2. – С.22-23.
5. Леонидова, Г.В., Ивановская, А.Л. Влияние качественных характеристик рабочих мест на уровень реализации трудового потенциала работников / Г.В. Леонидова, А.Л. Ивановская // Human Progress. - 2021. - Т. 7. - № 3. - С. 11.
6. Леонидова, Г.В., Ивановская, А.Л. Интегральная оценка качества трудовой жизни на региональном уровне / Г.В. Леонидова, А.Л. Ивановская // Вестник Челябинского государственного университета. - 2020. - № 11 (445). - С. 50-59.