

позиционировании своей продукции ОАО «Сукно» следует делать ставку на натуральность изделий из шерсти. Вместо используемых рекламных модулей целесообразнее размещать статьи о пользе шерсти в изданиях, рассчитанных на массового читателя. Например: шерстяное одеяло гипоаллергенно, оно облегчает боли при радикулите, остеохондрозе, ревматизме и т.д. Положительные эмоции вызовет отсылка к уютной домашней обстановке: например, фото человека в кресле, завернувшегося в плед, с чашкой чая или книжкой.

Проанализировав маркетинговую деятельность ОАО «Сукно» можно выявить следующие основные направления для ее совершенствования:

- создать целостную систему маркетинга, которая ориентирована на рынок, потребителя и международный бизнес;
- улучшение кадровой политики предприятия, то есть повышение квалификации маркетологов, специалистов, руководителей;
- компьютеризация маркетинговой деятельности также позволит применять технические средства в работе с маркетинговой информационной, управленческой и организационно-техническими системами.

Таким образом, конкурентоспособность продукции легкой промышленности на деле все меньше зависит от стоимости труда и все больше от производительности, качества, дизайна, скорости обновления ассортимента, дистрибуции, сервиса, маркетинга и брендинга.

В заключении важно отметить, что дальнейшее развитие рыночных отношений, предпринимательства, активизация участия белорусских предприятий в международном разделении труда, обострение конкуренции на внутреннем рынке создадут благоприятные предпосылки для использования маркетинга, а его инструменты все более будут адаптироваться к конкретным национальным рыночным условиям и специфике деятельности отдельных предприятий.

#### Список использованных источников

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Белорусский государственный концерн по производству и реализации товаров легкой промышленности «Беллепром». – Минск, 2011. – Режим доступа : <http://www.bellegprom.by>. – Дата доступа : 10.04.2016.

УДК 338.24

## **МАРКЕТИНГОВОЕ ОБОСНОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЗДАНИЯ БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-САЙТА «STUDEXP.BY»)**

***Яшева Г.А., д.э.н., проф., Калиновская И.Н., к.т.н., доц., Максимов Р.О., студ., Наумов А.Н., студ.***

*Витебский государственный технологический университет,  
г. Витебск, Республика Беларусь*

В современном мире добиться успеха довольно сложно, особенно молодым специалистам. Важную роль в достижении успеха, играет первый опыт, в большинстве случаев именно он является одним из ключевых факторов удачного старта вашей карьеры. StudExp – это проект, который даёт возможность опробовать свои навыки и знания на практике, студентам – получить первый опыт работы по специальности и создать устойчивую основу для последующей карьеры.

В соответствии с методологией бизнес-планирования [1], разработан бизнес-план обоснования эффективности бизнеса – создание интернет-сайта «StudExp.by». Для определения стратегических направлений развития бизнеса был проведен SWOT-анализ (таблица 1). В качестве экспертов SWOT-анализа выступали 6 человек: 2 преподавателя УО «Витебский государственный технологический университет», 1 предприниматель, 2 учредителя проекта, 1 специалист в сфере IT. Итоговая матрица SWOT-анализа представлена ниже.

Таблица 1 – SWOT-анализ интернет-сайта «StudExp.by»

	ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Завоевание доли рынка на уровне 3%.</li> <li>2. Привлечение инвесторов и средств, для развития деятельности сайта.</li> <li>3. Достижение высокого уровня доверия клиентов и выход на новые рынки сбыта.</li> <li>4. Глобализация проекта и выход за рамки национального масштаба.</li> <li>5. Внедрение новых технологий в работу проекта.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ухудшение экономического положения в стране.</li> <li>2. Появление конкурентов на рынке данных услуг.</li> <li>3. Провал рекламной кампании и незаинтересованность потенциальных клиентов.</li> <li>4. Изменение в законодательстве в области IT-технологий.</li> </ol>
<b>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие отличительных особенностей сайта</li> <li>2. Низкая цена на оказание услуги.</li> <li>3. Социальная направленность проекта.</li> <li>4. Масштабная маркетинговая кампания.</li> <li>5. Двухнаправленность предоставления услуги</li> <li>6. Высокая инновационность проекта.</li> </ol>	<p>Как воспользоваться возможностями.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Наличие отличительных особенностей сайта “StusExp.by”, поспособствует привлечению финансовых средств инвесторов.</li> <li>2. При проведении грамотной и масштабной маркетинговой кампании наш сайт с легкостью сможет завоевать 3% рынка.</li> <li>3. Сфера осуществления услуг является наиболее подходящей для постоянного внедрения новых технологий.</li> <li>4. Социальная направленность поможет в глобализации.</li> </ol>	<p>За счёт чего можно снизить угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Благодаря низкой цене на оказание услуги, мы сможем избежать потерь заказчиков при ухудшении экономического положения в стране.</li> <li>2. Уникальность нашего проекта позволит уменьшить вероятность провала проводимой рекламной кампании.</li> <li>3. Социальная направленность проекта и поддержка со стороны государства позволят избежать сложностей с изменением в законодательстве.</li> </ol>
<b>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Высокие расходы на продвижение сайта.</li> <li>2. Недостаточный уровень доверия клиентов.</li> <li>3. Нехватка собственных финансовых активов.</li> <li>4. Сложность поиска заказчиков.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Высокие расходы на реализацию проекта могут затруднить поиск инвестиционных средств.</li> <li>2. Нехватка собственных финансовых активов может помешать стартовому развитию сайта.</li> <li>3. Недостаточно высокий уровень доверия может помешать быстрому завоеванию планируемой доли рынка.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недоверие со стороны клиентов может поспособствовать провалу рекламной кампании.</li> <li>2. Недостаток финансовых средств может замедлить процесс продвижения сайта и поспособствовать быстрому появлению конкурентов.</li> <li>3. Ухудшение экономического положения в стране может усугубить итак сложный процесс поиска заказчиков.</li> </ol>

Из проведенного SWOT-анализа были выявлены следующие факторы, которые будут способствовать реализации возможностей интернет-сайта «StudExp.by»:

1. Наличие отличительных особенностей сайта “StusExp.by”, поспособствует привлечению финансовых средств инвесторов.
2. При проведении грамотной и масштабной маркетинговой кампании наш сайт с легкостью сможет завоевать 3% рынка.
3. Сфера осуществления услуг является наиболее подходящей для постоянного внедрения новых технологий.
4. Социальная направленность проекта поможет в его дальнейшей глобализации.

*Миссия интернет-сайта «StudExp.by»* – создать сайт, помогающий студентам тренировать свои навыки, полученные в процессе обучения, практиковаться в выполнении работ и получить необходимый опыт работы по своей специальности.

На основе проведенного анализа, были определены цели бизнеса:

- предоставить студентам возможность опробовать свои теоретические знания на практике;
- помочь предпринимателям и бизнесменам в решении их проблем;
- дать возможность дополнительного заработка студентам.

Маркетинговая стратегия была разработана в составе бизнес-плана [1] и включает

стратегию сегментирования, позиционирования, товарную и коммуникационную стратегию.

В качестве стратегии сегментирования была выбрана стратегия целевого маркетинга, так как мы ориентированы на узкий целевой сегмент, и наши услуги должны максимально удовлетворять требованиям конкретных потребителей. Целевая аудитория нашего сайта – все зарегистрированные субъекты бизнеса (на 2015год) – 140 000 и ново созданные организации – 20 000. Также как дополнительный сегмент, используются данные по запросам в поисковой системе Яндекс.

Определена стратегия позиционирования по искомым выгодам. Сайт «StudExp.by»- это ресурс, который предлагает своим пользователям широкий спектр сервисов, отличающих его от подобных сайтов, а именно:

- социальная направленность проекта;
- меньшая стоимость выполнения проектов (для заказчика);
- система оценки квалификации исполнителя (контроль качества);
- помощь в трудоустройстве лучшим исполнителям после окончания обучения в университете.

В составе маркетинговой стратегии была определена товарная стратегия – расширение ассортимента услуг сайта. В частности, планируется создание собственных образовательных мероприятий в рамках РБ и за её пределами.

Сбытовая стратегия: интернет-сайт «StudExp.by» осуществляет посреднические услуги по сведению заказчиков и исполнителей, в перспективе планируется открытие собственного офиса. В качестве ценовой стратегии выбрана стратегия «за внедрение на рынок», которая отличается меньшими ценами, чем у конкурентов.

В рамках коммуникационной стратегии разработан фирменный стиль компании (таблица 2).

Таблица 2 – Фирменный стиль интернет-сайта «StudExp.by»

1. Логотип	
2. Слоган	«Карьера начинается здесь!»;
49. Главная страница сайта	

Таким образом, проведенное маркетинговое обоснование показало, что подобный интернет ресурс в городе Витебске будет востребован у потребителей.

Список использованных источников

1. Яшева, Г.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / Г.А. Яшева. – Витебск: УО «ВГТУ», 2016. – 539 с.
2. Яшева, Г.А. Кластерная концепция повышения конкурентоспособности предприятий в контексте сетевого сотрудничества и государственно-частного партнерства: монография / Г.А. Яшева. – Витебск: УО «ВГТУ», 2010. – 373 с.