

новую стратегию и тактику ценообразования. Отпускные цены на всю продукцию предприятия формируются в соответствии с учетной политикой по ценам на ОАО «Витебские ковры». Отпускные цены на товары и услуги (работы) формируются с учетом конъюнктуры рынка на основе плановой себестоимости, налогов и неналоговых платежей, прибыли.

ОАО «Витебские ковры» не только производят продукцию, но и обеспечивают коммерческую деятельность по сбыту готовой продукции. Для этого в организации существует отдел маркетинга и сбыта.

Организация работает без дилеров как на внутреннем рынке, так и на рынках стран СНГ. На внутреннем рынке организация работает непосредственно с организациями розничной торговли, что позволяет донести продукцию к конечному потребителю без оптовых надбавок посредников.

В настоящее время поставки продукции ОАО «Витебские ковры» осуществляются на рынки Беларуси, России, Украины, Казахстана, Туркменистана, Таджикистана, Молдовы и стран Балтии. Имеются также контракты по поставкам продукции в дальнее зарубежье.

Для рекламы своей продукции ОАО «Витебские ковры» использует такие средства, как телевидение, радио (радио «Рокс»), пресса, наружная реклама (вывески магазинов), реклама на транспорте в общественном транспорте (в г. Витебске – в троллейбусах, в г. Минске – в метро) и сувенирная продукция.

В качестве методики стимулирования сбыта используется стратегия проталкивания, то есть в данном случае большинство маркетинговых усилий направляется на торговую сеть с целью стимулировать личные продажи. Это вполне объяснимо, так как подавляющая доля продукции реализуется через оптовых и розничных посредников.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальный сайт ОАО «Витебские ковры» [Электронный ресурс]. – <http://vitcarpet.com/>. – Дата доступа: 10.03.2020.

УДК 339.138

## ИССЛЕДОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «СВІТАНАК»

**Шерстнева О. М., ст. преп., Землякова М. В., студ.**

*Витебский государственный технологический университет  
Республика Беларусь*

Открытое акционерное общество «Світанак» г. Жодино является крупнейшим предприятием трикотажной отрасли легкой промышленности Республики Беларусь. Оно входит в состав Белорусского государственного концерна по производству и реализации товаров легкой промышленности «Беллегпром». История предприятия началась в 1975 году [1]

Коммуникационная политика ОАО «Світанак» г. Жодино направлена на максимально широкое информирование, а также усиление интереса населения к выпускаемой продукции под торговой маркой «Світанак» и другой продукции, качественным характеристикам материалов, из которых она изготовлена, уровню цен и удачном сочетании параметров «цена – качество – дизайн».

Стратегическим важным направлением рекламной кампании ОАО «Світанак» в 2019 году стало усиление существующих позиций и активное дальнейшее продвижение в Интернете и социальных сетях (Одноклассники, ВК, Инстаграм).

Одним из направлений в продвижении продукции предприятия стало продвижение спортивной коллекции SportsLine с участием олимпийской чемпионки по биатлону Надежды Скардино.

Основными каналами коммуникации являются Интернет, социальные сети, радио, телевидение, SMS-маркетинг, печатная и сувенирная продукция.

Благодаря ежегодному участию в выставках ОАО «Світанак» завязывает отношения с новыми партнерами, развивает сотрудничество с уже имеющимися клиентами, дилерами, поставщиками, отслеживает перспективные разработки конкурентов.

ОАО «Світанак» г. Жодино – лауреат премии правительства Республики Беларусь за достижения в области качества, призер многочисленных конкурсов, в числе которых «Лучшие товары Республики Беларусь», «Лучшие товары Республики Беларусь на рынке Российской Федерации», международный фестиваль-конкурс «Выбор года» в номинации «Детский трикотаж».

Стимулирование продаж в современном мире выступает неотъемлемым элементом организации. Сотрудники ОАО «Світанак» г. Жодино качественно выстраивают систему стимулирования продаж, а значит шансы предприятия выше на наращивание объемов сбыта своей продукции.

Фирменный стиль и логотип бренда «Світанак» г. Жодино был создан предприятием в 1989 году. Фирменные цвета ОАО «Світанак» г. Жодино – оранжевый и белый. В этих цветах оформлено здание предприятия в г. Жодино, все фирменные магазины предприятия, а также эти цвета используются при оформлении выставочных стендов ОАО «Світанак» г. Жодино.

Сегодня ОАО «Світанак» г. Жодино – признанный лидер Беларуси по производству трикотажного белья и верхнего трикотажа для детей и взрослых.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальный сайт ОАО «Світанак» г. Жодино [Электронный ресурс]. – <http://svitanak.by/>. – Дата доступа: 10.03.2020.

УДК 338.1

## **НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА: ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ И ИХ ИЗМЕРЕНИЕ**

**Николаева Ю.Н., ст. преп., Василевская И.П., студ.**  
*Витебский государственный технологический университет  
г. Витебск, Республика Беларусь*

Термин «национальная экономика» вошел в научный арсенал как синоним понятия «экономика суверенной страны», «экономика республики». В советский период экономика БССР была составной частью единого народнохозяйственного комплекса Советского Союза. С июля 1990 года после распада СССР начала формироваться национальная экономическая система в рамках суверенного белорусского государства. Современные ученые рассматривают национальную экономику как определенную, национально специфическую организацию жизни