

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что система «Интернет-банкинг» очень динамично развивается и является приоритетным направлением развития дистанционного банковского обслуживания. Данная система постоянно совершенствуется, добавляя новые виды услуг. Соответственно, эта система становится более востребованной.

**А. М. Гудеева**

*Научный руководитель*

**Л. Л. Соловьева**

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

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ ЗАО «РЕМЕЗА»**

В январе 2020 г. тендерная площадка «Workspace» опубликовала результаты исследования на тему «Где ищут компании потребители?»

Согласно исследованию, 74,5% опрошиваемых выбирают компании по рекомендациям знакомых [1]. Знакомые рассказывают о компании: какая компания, чем она занимается, почему именно эта компания, а не другая и т. д. Тот человек, которого информируют о компании, является потенциальным клиентом и до этого не знал о существовании данной организации. Однако сама компания может порекомендовать себя с помощью использования direct mail.

Предприятие ЗАО «Ремеза» относится к предприятиям сферы B2B, следовательно, потенциальными клиентами являются другие организации, а также население.

Direct mail относится к рекламным мероприятиям с целью побуждения потенциального потребителя совершить покупку товара именно у ЗАО «Ремеза». Данное рассылемое сообщение имеет форму делового письма на фирменном бланке, направляемого начальнику отдела снабжения или руководителю предприятия, потенциально интересующегося продукцией предприятия. В проект письма входит предложение о сотрудничестве на основе предоставляемой спецификации на товар, стоимость, срок и форма оплаты, поставки.

Коммерческое предложение пересылается посредством факсимильной связи, что уменьшает затраты времени на пересылку деловой корреспонденции, а также обеспечивает гарантии того, что письмо не затеряется в процессе пересылки. Услуги факсимильной связи входят в стоимость абонентской платы за услуги, предоставляемые телефонной станцией.

Разработка бланка коммерческого предложения на бирже фрилансеров стоит до 170 бел. р. Передача факсимильного сообщения для предприятий, находящихся в Республике Беларусь, стоит 1,04 р. Коммерческое предложение отправим 50 белорусским предприятиям тяжелой промышленности. Суммарно затраты составляют 222 бел. р. [2].

Согласно расчетам, представленным в источнике [3], рассчитаем экономический эффект для внедрения данного мероприятия на предприятие ЗАО «Ремеза» на примере винтовой компрессорной установки модели ВК5Т-8. Для этого было опрошено пять экспертов. По мнению экспертов, средний объем предполагаемого увеличения объема продаж по данному товару составил 1,72%.

Мнения экспертов согласованы, так как коэффициент вариации составил 0,14.

Рентабельность продукции за 2020 г. составила 38,47%, выручка от мероприятия составила 1 598,28 бел. р., прибыль – 441,54 бел. р., следовательно, экономический эффект составил 219,54 бел. р.

Как видим, внедрение мероприятия по совершенствованию политики продвижения за счет Direct mail принесет прибыль предприятию в размере 219,54 бел. р., а также новых потенциальных клиентов, новые рынки сбыта.

### **Список использованной литературы**

1. **Workspace** [Электронный ресурс]. – М., 2021. – Режим доступа : <https://workspace.ru/>. – Дата доступа : 15.04.2022.

2. **Составление** коммерческого предложения [Электронный ресурс]. – М., 2021. – Режим доступа : [https://kwork.ru/land/sostavlenie-kommercheskogopredlozheniya?utm\\_medium](https://kwork.ru/land/sostavlenie-kommercheskogopredlozheniya?utm_medium). – Дата доступа : 15.11.2021.

3. **Семенова, К. С.** Стимулирование сбыта нового вида продукции с помощью дегустации / К. С. Семенова // Беларусь в современном мире : материалы XIII Междунар. науч. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых ; под общ. ред. В. В. Кириенко. – Гомель, 2020. – С. 141.