

альных инвестиций, реконструкции и модернизации основных производственных фондов; аутсорсинг некоторых технологических операций.

Сотрудникам РУП «МТЗ» необходимо не просто уметь составить реальный прогноз, соответствующий окружающей действительности, но и уметь правильно его применить на практике. Необходимо сделать так, чтобы полученная в процессе прогнозирования информация была полезна предприятию и смогла помочь руководителю принять правильное решение в любых условиях.

А.С. Тимошеня
БГЭУ (Минск)

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ МОЛОДЕЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ МОО «АВАНГАРД»)

В Республике Беларусь осуществляют деятельность 13 международных молодежных общественных объединений и 1 международный молодежный союз общественных объединений; 62 республиканских молодежных общественных объединения и два молодежных союза общественных объединений. Молодежные организации составляют около 10 %.

Классифицировать молодежные общественные объединения можно на пользующиеся государственной поддержкой и созданные инициативными группами молодежи.

Среди пользующихся государственной поддержкой, наиболее известным является Белорусский республиканский союз молодежи. Целью ОО «БРСМ» является создание условий для всестороннего развития молодежи, раскрытия его творческого потенциала, содействия развитию в Республике Беларусь гражданского общества, основанного на патриотических и духовно-нравственных ценностях.

Однако отметим, что получить государственную поддержку не просто, в связи с этим активная молодежь вынуждена организовывать свою деятельность самостоятельно. Одним из наиболее активных в данной группе является МОО «Авангард», направления деятельности которого: образование, трудоустройство, досуг.

Стоит отметить значимость социальной сети «ВКонтакте» при создании самого объединения: идея создания «Авангард» появилась именно там; Интернет играет важную роль во взаимоотношениях между людьми. Как и любое, имеющее очень небольшое количество финансовых средств, «Авангард» заинтересован в использовании пиара,

больше чем в дорогостоящей рекламе. На этапе создания в основном были использованы средства: Интернет, создание слухов, канал «из уст в уста».

Широкую огласку получило мероприятие «Найди свою любовь!», проходившее 21 октября и 24 ноября и ставшее информационным поводом, сенсацией, что привлекло большое внимание СМИ, среди которых: газета «Знамя юности», газета «Комсомольская правда», еженедельный журнал «Антенна», Белтелерадиокомпания (телепередача «Культурные люди»), интернет-портал «BigPicture.by».

После мероприятий был проведен опрос посредством сервиса «опросы» социальной сети «ВКонтакте». Опрос проводился с периодичностью в один месяц (10—20 октября, 10—20 ноября, 10—20 декабря), результаты показали, что знание МОО «Авангард» выросло с 5 до 21 % респондентов.

88 % молодежи (от 16 до 25 лет) зарегистрировано в одной или нескольких социальных сетях. Это говорит о репрезентативности выборки. Преимуществами использования Интернета и социальных сетей при коммуникации с определенными аудиториями являются: вируленность; точная работа с целевой аудиторией; наличие трендсеттеров.

Проведение глубокого анализа политики продвижения позволило определить следующие рекомендации:

- необходимо провести более глубокий анализ законодательной базы с целью выявления возможностей для получения государственной поддержки;
- распространение информации должно выходить за рамки «он-лайн» пространства;
- пиар-мероприятия должны проводиться не только в столице. Это позволит значительно поднять интерес к общественной деятельности в других городах и регионах.

В целом, стоит отметить, что для достижения своих целей объединения должны тщательно планировать свою деятельность, используя все возможности и учитывая возможные ограничения.

Ю.А. Усанова, А.В. Ильинова
БГЭУ (Минск)

ПРИМЕНЕНИЕ RFID-ТЕХНОЛОГИИ В СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКЕ

В условиях современной конкуренции перед предприятиями стоит задача постоянного совершенствования бизнес-процессов и сокращения затрат, не приносящих добавочной ценности потребителю. Как известно, наибольший удельный вес составляют затраты на складские