

Ю. В. Стрекалова
БГУ (Минск)

Научный руководитель — Л. В. Фокеева, канд. географ. наук, доцент

МЕСТО ОАО «УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ ХОЛДИНГА “ГОРИЗОНТ”» НА ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ ТЕЛЕВИЗИОННОМ РЫНКЕ

Предприятиями холдинга «ГОРИЗОНТ» ведется постоянная работа по налаживанию контактов с потенциальными партнерами, в том числе являющимися субъектами малого и среднего предпринимательства. Это делается посредством отправки коммерческих предложений по электронной почте, встреч и прямых переговоров, проведения презентаций. Экспортные поставки осуществляются в 19 стран мира, основной экспортный рынок — Российская Федерация (порядка 94 %). Практически 95 % экспортных поставок, реализуемых через товаропроводящую сеть, — это такие товары народного потребления, как телевизоры, микроволновые печи, водонагреватели, ламповая продукция.

Анализ ситуации на рынке Беларуси показал, что продажи телевизоров HORIZONT на внутреннем рынке сохраняют тенденцию к росту. Это обусловлено тем, что покупатели стали переходить с товаров группы «А» на товары группы «В». Для продукции предприятия — это благоприятный период, позволяющий увеличивать продажи на внутреннем рынке, составляя здоровую конкуренцию более дорогой продукции с аналогичными техническими характеристиками.

Целевая аудитория продукции предприятия — физические лица (люди со средним и ниже среднего достатком, проживающие в основном на периферии, как правило, семейные) и юридические лица (в основном бюджетные организации, приобретающие товары для собственного потребления).

Ключевой целью в условиях резкого падения рынка в 2016 г. и дальнейшей стагнации в 2017–2018 гг. является увеличение доли телевизоров HORIZONT до 10 % к 2023 г. Рынок России является наиболее приоритетным направлением для продвижения продукции HORIZONT. Это обусловлено емкостью самого российского рынка, которая на порядок превышает суммарную емкость рынка стран СНГ. Захват российского рынка — цель также всех крупных западных и восточных компаний, специализирующихся на производстве электроники.

По прогнозам рост рынка телевизоров в Российской Федерации к 2023 г. достигнет порядка 9 млн шт. Быстрыми темпами растет рынок LCD-телевизоров с функцией SMARTTV. Для казахстанского рынка, так же как для белорусского и российского, наблюдается стагнация рынка LCD-телевизоров. Однако в августе 2015 г. после объявления Национальным банком Казахстана о введении свободного

курса тенге падение рынка телевизоров замедлилось из-за дополнительного спроса, вызванного девальвацией, после которой цены на большинство моделей сектора остались на прежнем уровне.

В 2016 г. наблюдалось сокращение рынка телевизоров. Однако нужно отметить значительное увеличение объемов продаж UHD-телевизоров и OLED-дисплеев. Вступление Казахстана в ВТО вызвало сильную конкуренцию с китайскими производителями и третьими странами. В 2017 г. Унитарное предприятие «ЗЭБТ Горизонт» вышло на казахстанский рынок телевизоров. К 2023 г. планируется достичь доли рынка в размере 3 %.

Таким образом, должна быть осуществлена дальнейшая работа над освоением новых рынков сбыта стран СНГ, дальнего и ближнего зарубежья с целью получения валютной выручки. Важным аспектом является постоянное изучение спроса на внутреннем и внешнем рынках с целью определения факторов, способствующих коммерческому успеху предприятия, анализ требований потребителей по вопросам качества и по другим потребительским свойствам продукции предприятия, а также возможность изготовления на предприятии новых изделий, которые способствовали бы освоению новых рынков сбыта.

А. М. Сыроватко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИЙ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Развитие инновационной деятельности, как и распространение инновационных технологий, продуктов и услуг, является основным направлением достижения экономического роста и повышения качества жизни населения в современном мире. Поскольку инновации влияют на важнейшие факторы развития, такие как доходы, ускоренный рост, создание конкурентного преимущества и привлечение инвесторов и потребителей, то ресторанный бизнес постоянно эволюционирует, в том числе и в инновационном плане.

Основная цель инноваций в ресторанном бизнесе — это увеличение производительности, уменьшение временных и производственных затрат, улучшение сервиса. Как известно, лишь малая часть посетителей приносит основную прибыль, поэтому владельцам остается заботиться об интересе и заинтересованности старых посетителей и стараться привлечь новых в условиях конкуренции. В связи с этим стильного интерьера и качественной и вкусной еды уже недостаточно, а, следовательно, нужны новые идеи и технологии — инновации.