

– постановление Совета Министров Республики Беларусь № 743 от 17.10.2018 «Об утверждении стратегии развития малого и среднего предпринимательства “Беларусь — страна успешного предпринимательства” на период до 2030 года».

Этим правительство подчеркивает важность развития предпринимательства для развития экономики государства и занятости населения.

Заключение. Проблема доверия малого и среднего предпринимательства Республики Беларусь к государственному сектору пока ещё имеет место. Это говорит о том, что государству необходимо продолжать институциональные реформы, которые увеличили бы доверие к государственному сектору, ввели поправки в законодательство для облегчения развития малого и среднего предпринимательства, сделали упрощенную систему налогообложения. Решение государственных задач требует времени и направленности на долгосрочный результат, а кредит доверия со стороны малого и среднего предпринимательства только поможет в решении поставленных задач по реализации экономического развития страны.

Список цитируемых источников

1 Стратегия развития малого и среднего предпринимательства «Беларусь — страна успешного предпринимательства» на период до 2030 года [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 17.10.2018 г. № 743. — Режим доступа: <http://government.by/upload/docs/file6aec29e3f635aae3.PDF> . — Дата доступа: 20.03.2019.

2 Рейтинг лёгкости ведения бизнеса [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Рейтинг_лёгкости_ведения_бизнеса/-. — Дата доступа: 22.03.2019.

3 *Урбан, Д.* Особенности влияния правовой и судебной системы на ведение бизнеса в Беларуси : дискуссион. материал PDP/17/04 / Д. Урбан. — Исслед. центр ИПМ.

4 Процентные ставки по кредитам [Электронный ресурс] / Банки Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.nbrb.by> . — Дата доступа: 22.03.2019.

5 Банковские кредиты, выдаваемые МПС [Электронный ресурс] / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by> . — Дата доступа: 22.03.2019.

УДК 338.46

А. О. Сапега

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ДЕПАРТАМЕНТА ОХРАНЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

Введение. В условиях становления и развития рыночной экономики важное значение приобретает сфера услуг. В последние годы наблюдается тенденция повышения роли сферы услуг, об этом свидетельствует макроэкономический показатель Республики Беларусь, в котором услуги занимают более $\frac{2}{3}$ мирового ВВП [1, с. 12]. Развитие данной отрасли опережает рост материального производства, что связано с активным преобразованием производства, рынка товаров, инвестиций, капитала, ростом научно-технического прогресса.

Основная часть. Как у предприятий, так и у людей высока необходимость обеспечения сохранности имущества и безопасности жизни, что и привело к выделению охранных услуг в отдельную отрасль. Сфера охранных услуг имеет тесную связь с общественными благами, что указывает на ее высокую социальную значимость. Основными особенностями рынка охранных услуг выступают: территориальная сегментация; высокая степень чувствительности к изменению конъюнктуры рынка; специфика организации процесса по оказанию услуг; неопределенность результата деятельности по оказанию услуг [2, с. 404].

Рынок охранных услуг основан на специфичном «продукте» — охранный услуге. Охранные услуги обладают следующими чертами: общественно полезная; оказание ее регулируется законодательством; осуществляется с помощью специальных средств; оказывается специально уполномоченными субъектами; заключается в обеспечении сохранности жизни (здоровья), имущества, собственности, экономической и других видов безопасности юридических и физических лиц.

Согласно теории А. Маслоу, потребность в безопасности, защите и порядке занимает второе место в пирамиде потребностей и возникает, если физиологические нужды человека удовлетворены не менее чем на 85 %. Потребность в обеспечении безопасности — это осознанная потребителем и государством объективная необходимость в получении охранных услуг, соответствующих современному уровню развития науки и техники. Обеспечение физической охраны и охраны имущества является одной из составляющих обеспечения безопасности.

Рассмотрим перечень охранных услуг, оказываемых Департаментом охраны МВД Республики Беларусь:

– установка охранный сигнализации на объектах юридических лиц в квартирах, гаражах, жилых домах граждан;

- установка кнопок тревожной сигнализации на объектах юридических лиц в квартирах и домах граждан для обеспечения безопасности в случаях покушения на жизнь, здоровье, имущество;
- охрана объектов юридических лиц, квартир, гаражей, жилых домов граждан на договорной основе с помощью установленных технических средств охранной и тревожной сигнализации;
- передача сигнала тревоги на договорной основе от объектов юридических лиц, из жилых домов, гаражей граждан, находящихся вне зоны патрулирования.

Среди важнейших факторов, оказывающих наибольшее влияние на сбыт средств обеспечения безопасности, выделяют экономические условия развития страны, уровень преступности, методы сбыта и маркетинга охранных систем, динамику доходов населения, темпы жилищного строительства, а также уровень капиталовложений предприятий в обеспечение безопасности [3, с. 46].

Обеспечение законных прав на безопасное и комфортное проживание граждан и есть основная задача по охране квартир, жилых домов, гаражей Департамента охраны. Департамент охраны проповедует комплексный подход к охране жилища. Так, домофон, видеоглазок, металлическая дверь играют важную роль, но каждый выполняет свою определенную функцию. Самое важное в этой цепочке — это охранная сигнализация. Любое инженерно-техническое средство защиты имеет свой класс стойкости, т. е. то время, которое необходимо затратить на его преодоление [4].

Наиболее эффективным средством продвижения в сфере охранных услуг являются личные продажи. При этом для повышения эффективности продвижения услуг данные мероприятия необходимо подкреплять рекламными кампаниями и стимулированием сбыта.

Одним из наиболее доступных способов продвижения услуг в сфере охраны является реклама. Практика показывает, что население недостаточно информировано о местоположении организаций, оказывающих охранные услуги, а также о перечне услуг, которые эти организации оказывают населению, а также способы получения искомых услуг достаточно размыты и малоизвестны населению. Для этого необходимо использовать материалы обзорно-рекламного характера, которые расскажут людям о видах систем безопасности, методах и возможностях их применения, их технических характеристиках, преимуществах и т. д. Так, на рисунке 1 представлен пример листовки, которая содержит информацию об основных достоинствах охраны жилых домов и квартир на примере Барановичского отдела Департамента охраны МВД Республики Беларусь.

Департаменту охраны МВД Республики Беларусь необходимо участвовать в проводимых в городах выставках и ярмарках в целях демонстрации оборудования и способностей служебных собак, установления прямых контактов с непосредственными покупателями и специалистами-технологами.

Для создания положительного имиджа Департамента охраны МВД Республики Беларусь необходимо уделить внимание разработке сувенирной продукции (кружки, магниты, ручки, зонты, статуэтки) с государственной символикой.

Большее половины населения земного шара имеют доступ к Глобальной сети, поэтому интернет-маркетинг является отличным инструментом увеличения продаж. В связи с этим перед отделами охраны стоит задача обогащения веб-страниц. Необходимо на главной странице размещать качественный контент, например, рекламный ролик со знаменитыми людьми, который отражает работу охранной деятельности. Следует добавить на сайт статистику раскрытия преступлений, которая показывает отличную службу сотрудников подразделений Департамента охраны МВД Республики Беларусь.



Рисунок 1 — Лицевая и оборотная стороны листовки

Примечание. Источник: собственная разработка.



**СПОКОЙСТВИЕ
НАДЕЖНОСТЬ
БЕЗОПАСНОСТЬ**



Рисунок 2 — Билборд

Примечание. Источник: собственная разработка.

Стоит обратить внимание на наружную рекламу, которая представляет собой канал распространения информации, рассчитанный на местную аудиторию и оказывающий визуальное воздействие на получателей [5, с. 149]. Эффективным вариантом наружной рекламы охранных услуг является реклама на бортах автобуса, отличающаяся динамичностью и высокой мобильностью, благодаря чему она охватывает большую аудиторию. Пример билборда для Департамента охраны МВД Республики Беларусь продемонстрирован на рисунке 2.

Заключение. Современный рынок охранных услуг сложен и не всегда предсказуем. При всём многообразии видов услуг Департаменту охраны МВД Республики Беларусь можно ввести и такие, как подробная консультация обратившихся, скидки постоянным клиентам. Также хорошее впечатление производит вежливое обслуживание, заинтересованность персонала в удовлетворении всех запросов покупателя, специфический подход к каждому обратившемуся. Потребительские предпочтения способствуют изменению технологий охраны, внедрению высокотехнологичных комплексных систем безопасности, расширению границ и ассортимента охранных услуг. И для успешной деятельности организациям в сфере обеспечения безопасности в настоящее время необходимо тщательное исследование рынка охранных услуг, более широкое применение инструментов маркетинга.

Список цитируемых источников

1. Рудый, К. Развитие сферы услуг: сущность, роль и перспективы / К. Рудый // Банк. весн. — 2007. — № 10/375. — С. 12—19.
2. Лысова, Е. А. Основные тенденции развития российского рынка охранных услуг / Е. А. Лысова // Изв. Саратов. ун-та. Новая серия: экономика, управление, право. — 2013. — № 3—2. — С. 403—408.
3. Овчаренко, И. В. Макроэкономические факторы влияния на рост рынка средств обеспечения безопасности населения и бизнеса / И. В. Овчаренко // Изв. Волгогр. гос. техн. ун-та. — 2006. — № 10 (25). — С. 46—49.
4. Коровайко, А. Департамент «Охрана». Сигнализация дает фору в задержании преступника / А. Коровайко // TUT.BY Белорусский портал. — Минск, 2010. — Режим доступа: <https://news.tut.by/society/164243.html>. — Дата доступа: 28.04.2019.
5. Пономарева, С. В. Реклама / С. В. Пономарева. — СПб.: Нева, 2004. — 192 с.

УДК 339.16.012.23

Т. М. Семенькова

Учреждение образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», Гродно

УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Введение. Торговля представляет собой экономическую категорию и выражает систему отношений, которые складываются в процессе обмена товаров. В качестве организационного аспекта торговля представляет собой самостоятельную отрасль экономики страны, которая имеет свою материально-техническую базу, обеспечивающую хранение, транспортировку и продажу товаров народного потребления. Внутренняя торговля выступает как составная часть рынка потребления и как активный его участник, организатор рыночных отно-