

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАО «АТЛАНТ»**Ю.С. Зюзюн, Н.А. Сырокваш**

Белорусский государственный аграрный технический университет, г. Минск, РБ

Сбытовая деятельность через социальные сети (англ. Social Media Marketing, SMM) – деятельность по привлечению внимания через социальные платформы. SMM-маркетинг – комплекс мероприятий, проводимых в социальных сетях и направленных на продвижение компании и привлечения интереса потребителей.

В настоящее время средняя стоимость услуг по ведению аккаунта в социальных сетях составляет 690 руб. в месяц [1].

Кроме этого, для раскрутки сообществ, а также продвижения продукции необходимо регулярно проводить конкурсы. Затраты на проведение конкурсов, а также других мероприятий, направленных на увеличение количества участников сообществ, составят 502 руб. в месяц. Затраты на применение SMM-маркетинга в ЗАО «Атлант» составят 1192 руб./месяц. Общие годовые затраты на применение маркетинга в социальных сетях: $Z = 1192 \times 12 = 14,304$ тыс. руб. Применение SMM-маркетинга будет способствовать продвижению интернет-магазина и увеличению объемов продаж, осуществленных через данный инструмент сбыта. В 2019 году выручка интернет-магазина ЗАО «Атлант» составляла 9721 тыс. руб., а уровень рентабельности продаж составлял 4,7 %. Использование SMM-маркетинга позволит увеличить объем выручки интернет-магазина в среднем на 5 % [2]. Тогда резерв увеличения объема реализации продукции (в стоимостном выражении) составит: $P\uparrow B = 9721 \text{ тыс. руб.} \times 0,05 = 486,05$ тыс. руб. Резерв увеличения прибыли за счет увеличения объема реализации продукции составит: $P\uparrow\Pi = 486,05 \times 0,047 = 22,8$ тыс. руб. Годовой экономический эффект от применения SMM-маркетинга в ЗАО «Атлант» составит 22,8 тыс. руб. Годовой чистый экономический эффект от применения SMM-маркетинга в ЗАО «Атлант» составит: $\text{Эч} = 22,8 - 14,304 = 8,490$ тыс. руб.

Таким образом, у продвижения товаров и услуг в социальных сетях есть ряд значимых преимуществ: простое начало; быстрое распространение информации; возможность работы с целевой аудиторией; возможность активной коммуникации. В ближайшем будущем предполагается значительное увеличение экономической роли социальных сетей.

Литература

1. Беларусь в цифрах – статистические сборники. – Минск, 2020 – URL: www.belstat.gov.by/ [Электронный ресурс] – Дата обращения : 25.02.2020.