

социальные сети для привлечения молодой аудитории, предлагая ежедневный контент и оперативную поддержку. Сотрудничество с региональными партнерами и лимитированные коллекции укрепляют её позиции на рынке. Мобильное приложение «Wildberries» с интуитивным интерфейсом и системой лояльности способствует повышению продаж и улучшению клиентского опыта. Компания демонстрирует, как современные компании могут успешно внедрять цифровой маркетинг и поддерживать конкурентоспособность, уделяя внимание потребностям клиентов и качеству обслуживания.

В целом, «Wildberries» успешно приспосабливается к требованиям цифровой экономики, уделяя внимание как инновационным маркетинговым стратегиям, так и удовлетворению потребностей клиентов.

Список использованной литературы

1. Александрова, Е.Н., Безносков, А.А. Маркетинг как основа деятельности современных маркетплейсов // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2022. – №6. – С. 115–118.

УДК 004.77

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ ОТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ САЙТА ПРЕДПРИЯТИЯ АПК

Сапун О.Л., к.пед.н., доцент

Жуковская С.Г., студент

*УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»,
г. Минск*

Ключевые слова: создание сайта; продвижение сайта; сопровождение сайта; экономический эффект; первоначальная стоимость; затраты; расходы на обслуживание; посетители сайта; количество клиентов

Key words: website creation; website promotion; website maintenance; economic effect; initial cost; expenses; maintenance costs; site visitors; number of clients

Аннотация. В статье рассмотрены параметры, от которых зависит экономический эффект сайта: первоначальная стоимость создания сайта; затраты на продвижение сайта; расходы на регулярное обслуживание сайта; количество ежедневных посетителей сайта; количество клиентов в день компании.

Summary: the article discusses the parameters on which the economic effect of the site depends: the initial cost of creating the site; costs for website promotion; expenses for regular website maintenance; number of daily site visitors; number of clients per day of the company.

Веб-сайты в Интернете – это инновационный способ продвижения компании. Начиная с малых и средних предприятий и заканчивая крупными международными компаниями, они уже пользуются большим уважением. Сегодня этой сетью пользуется более четверти населения планеты, что является поистине впечатляющей цифрой. Поэтому огромное количество успешных компаний сегодня используют Всемирную паутину в той или иной форме рекламы. Пренебрежение интернетом как инструментом увеличения продаж может значительно усложнить деятельность по привлечению стабильного потока клиентов на предприятиях АПК.

Рассмотрим три основных этапа реализации сайта компании [1]:

1. Создание сайта.
2. Продвижение сайта.
3. Сопровождение сайта.

Создание сайта осуществляется заинтересованными разработчиками при непосредственном сотрудничестве с руководством компании.

На этом этапе важно не только обеспечить хорошее место сайта в поисковых системах, но и понять, какие услуги компания будет продвигать в интернете, в какие сроки и на какую аудиторию, чтобы выбрать подходящие инструменты продвижения. Раскрутить сайт можно с помощью: посетителей, раскрутка сайта через спонсоров на взаимно выгодных условиях, расположить ссылки на сайт в социальных сетях и т.п.

Поддержка сайта является неотъемлемой частью продвижения и продолжается на протяжении всего жизненного цикла проекта. С экономической точки зрения первые два этапа – это единовременные инвестиции (переменные затраты), а третий этап – постоянные повторяющиеся затраты. Одним из основных критериев эффективности сайта является стабильное количество посетителей ресурса.

Поэтому основной целью поддержки сайта является сохранение или увеличение количества посетителей, соответствующих предполагаемой целевой группе потребителей, или рост этого показателя. Одним из факторов достижения этой цели является регулярное обновление сайта в соответствии с требованиями клиентов. Это связано с тем, что потенциальные потребители заходят на сайт, чтобы получить актуальную информацию, необходимую им в данный момент времени.

Далее рассчитаем затраты на разработку сайта и его последующее сопровождение. Первоначальные затраты определим по формуле (1).

$$\text{Затраты} = \text{Ззп} + \text{Зоб} + \text{Зэлект}, \quad (1)$$

где Ззп – зарплата программиста-дизайнера, руб.

Зоб – затраты на оборудование, руб.

Зэлект – затраты на электроэнергию, которые складываются из стоимости энергии, потребляемой компьютером, руб

Определим тарифную ставку программиста-дизайнера 15 рублей в час, он работал над сайтом в течение месяца, 3 дня в неделю по 4 часа каждый день.

Программист-дизайнер затратил 3 дня \times 4 часа \times 4 недели = 48 часов.

Зпл = 15 руб/час \times 48 часов = 720 руб.

Затраты на оборудование: системный блок – 1168,02 руб., монитор – 422,97 руб., мышь – 72,58 руб., клавиатура – 44,90 руб., колонки – 183,82 руб.

Зоб = 1168,02 + 422,97 + 72,58 + 44,90 + 183,82 = 1892,29 руб.

Затраты на электроэнергию рассчитаем из расчёта 1 Квт – 0,1721 руб.

Зэлект = 0,25 Квт/ч \times 48 ч \times 0,1721 руб. = 2,0652 руб.

Затраты на продвижение составят 380 рублей. Затраты на сопровождение — 100 рублей в месяц и 1 200 рублей в год.

Первоначальные затраты рассчитаем по формуле (1).

Затраты = 720 + 1892,29 + 2,0652 = 2614,36 руб.

Руководство компании ожидает увеличения числа потенциальных клиентов и, соответственно, роста прибыли. Тогда возникает вопрос, каким должен быть экономический эффект от внедрения интернет-сайта, как его оценивать и каковы критерии эффекта.

Экономический эффект от функционирования сайта стандартно определяется как разница между доходами от создания сайта и затратами на его создание и эксплуатацию. Определим более подробно «переменные» для оценки экономического эффекта.

На основе применения теории нечетких множеств в данной работе сделана попытка предложить рациональный алгоритм расчета экономического эффекта от характеристик сайта.

Рассмотрим более подробно параметры, от которых, как выяснилось, зависит экономический эффект

1. Первоначальная стоимость создания сайта (ПЗ). Она определяется суммой всех затрат.

2. Затраты на продвижение сайта (ЗП). Также четко определяется суммой всех затрат.

3. Расходы на регулярное обслуживание сайта (ЗС).

4. Количество ежедневных посетителей сайта (КП). Этот параметр не может быть четко определен. Поэтому параметр КП рассматривается как нечеткое множество со значениями «меньше», «среднее» и «больше».

5. Количество клиентов в день компании. (КК) также не может быть четко определено. Поэтому параметр КК рассматривается как нечеткое множество со значениями «мало», «средне» и «много».

Были собраны данные ряда компаний, имеющих интернет-сайты, в результате которого были получены коэффициенты вышеуказанных нечетких параметров.

При определении ожидаемого экономического эффекта (далее ОЭ (ожидаемый эффект)) показатель ОЭ рассматривается в процентах или долях от существующего показателя за предыдущий период. Другими словами, диапазон значений показателя ОЭ составляет от 0 до 100 % или от 0 до 1 в числовом выражении. Показатель ОЭ любой компании может быть рассчитан по данным, приведенным в таблице.

Теперь определим критерии для анализируемого предприятия АПК - ОАО «Смолевичи Бройлер», для которой был разработан пример сайта <https://sites.google.com/view/smolbroilerprimer> [2].

В создание сайта компания вложила 2614,36 рублей, а на его продвижение потратила 380 рублей. Годовые затраты на поддержку сайта после продвижения составляют 1200 рублей. В компании работает 3456 сотрудников, ежедневно сайт посещают 400 человек и 70 клиентов.

На основе этих данных рассчитываются коэффициенты. Тип компании = $3456 / 3500 = 0.99$, следовательно, тип компании «Большая».

$$ПЗ = 2614,36 / 3000 = 0,87$$

$$ЗП = 380 / 600 = 0,63$$

$$ЗС = 1200 / 1500 = 0,8$$

$$КП = 400 / 500 = 0,8,$$

$$КК = 70 / 100 = 0,7.$$

Ожидаемый эффект найдем по формуле (2).

$$ОЭ = ПЗ \times ЗП \times ЗС \times КП \times КК \quad (2)$$

$$ОЭ = 0,87 \times 0,63 \times 0,8 \times 0,8 \times 0,7 = 0,25$$

Согласно показателю ОЭ, прибыль компании от введения в эксплуатацию сайта должна увеличиться на 25 %. Как правило, экономический эффект от функционирования большинства сайтов компании незначителен. Это связано с тем, что у большинства предприятий отсутствует методика оценки их эффективности. Поэтому в данной работе предлагается метод количественной оценки эффективности функционирования сайта, основанный на интервальной арифметике и теории нечетких множеств.

Список использованной литературы

1. Сапун О.Л., Дроздова Д.А. Продвижение продукции и оценка эффективности рекламы в Интернете / Журнал «Экономика. Управление. Инновации». – Минск: МИУ. – 2020 – №1 (7).

2. Сапун О.Л. Умное сельское хозяйство в условиях цифровизации. Материалы сборника междун. научно-практ. конф. «Вызовы глобализации и развитие сельского хозяйства в условиях новой реальности» – НГАУ – Новосибирск, 2023. – С. 83–85.

УДК 004.8

EVALUATION SCORES OF DIFFERENT SMART CITIES IN CHINA

Sapun O.L. PhD pedagogical science

Shao Lanjun postgraduate student

Belarusian State Agrarian Technical University, Minsk, Belarus

Keywords: smart cities, energy management, waste reduction, smart transportation systems, eco-friendly urban planning.

Ключевые слова: умные города, энергоменеджмент, сокращение отходов, умные транспортные системы, экологически чистое городское планирование.

Summary: Urban sustainability is promoted through the development of smart cities, which prioritise initiatives such as efficient energy management, waste reduction, smart transportation systems, and eco-friendly urban planning.

Аннотация: Устойчивость городов способствует развитию умных городов, в которых приоритет отдается таким инициативам, как эффективное управление энергопотреблением, сокращение отходов, интеллектуальные транспортные системы и экологически чистое городское планирование.

The 2023 IMD Smart City Index Report ranked Beijing 12th, which is likely to have a positive impact on its GDP. Beijing is known for embracing smart city initiatives, and this recognition can attract further investment and technological advancement. Improved urban infrastructure, efficient transportation systems, and enhanced quality of life tend to attract businesses and skilled workers, potentially leading to increased economic activity and productivity. Additionally, a focus on sustainability and innovation can stimulate local entrepreneurship and the development of new industries, contributing to overall economic growth and competitiveness.