

Юлия Ковалевич
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Н.А. Сырокваш, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «МИНСКИЙ МАРГАРИНОВЫЙ ЗАВОД»

SMM-маркетинг – комплекс мероприятий, проводимых в социальных сетях и направленных на продвижение компании и привлечения интереса потребителей. Стратегия – это один из ключевых факторов успеха в SMM. Зачастую организации уделяют малое внимание построению стратегии для социальных сетей. Стратегия – основа, на которой выстраивается взаимодействие с целевой аудиторией: контент, реклама, ответы на сообщения и т.д.

С интенсивным развитием информационных технологий по всему миру создаются новые цифровые продукты, формируются новые тренды. В 2019 году определяющими трендами в SMM названы следующие направления:

1. Видео-контент и live-трансляции.
2. Кросс-вовлеченность.
3. Мобильная аудитория.
4. Короткие публикации и визуализация контента.

В среднем каждый человек тратит примерно восемь секунд на какой-либо источник информации в сети. При этом потребление контента делится на небольшие части. Зная эту особенность, будет проще создавать необходимый для пользователей контент: ёмкие посты, максимум полезности.

5. Мессенджеры и их интеграция в социальные сети.

За последний год значение мессенджеров в жизни рядового пользователя значительно выросло. В первую очередь благодаря бурному росту Telegram, а также развитию Viber. Среди преимуществ продвижение в мессенджерах, это то, что есть возможность запускать рекламу именно на чат-бота и соответственно полностью автоматизировать общение с потенциальным клиентом.

Следование SMM-стратегиям и активное применение трендов в маркетинге в социальных сетях – одно из главных направлений совершенствования маркетинговой деятельности на исследуемом предприятии.

Применение SMM-стратегии в маркетинговой деятельности ОАО «Минский маргариновый завод» будет направлено на продвижении продукции, формирование положительного имиджа предприятия, а также на расширение рынков сбыта продукции.

В проекте предлагается привлечь специалиста по маркетингу в социальных сетях для создания сообществ (групп) в таких социальных сетях, как Instagram и Одноклассники, а также дальнейшего администрирования и продвижения данных сообществ. Приглашение в сообщества в социальных сетях Instagram и Одноклассники участников позволит привлечь внимание потенциальных покупателей.

SMM-менеджер в социальных сетях одновременно с увеличением количества участников сообществ будет заниматься размещением в них контента, в том числе информации о пользе продукции, качестве выпускаемой продукции, новинках выпускаемых изделий, акциях и мероприятиях. Таким образом будет создан эффект круглосуточного присутствия на странице – регулярные комментарии и оценки будут способствовать завоеванию доверия пользователей.

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

Таблица – Затраты на применение SMM-маркетинга, руб./месяц

Показатель	Значение
Стоимость услуг по ведению аккаунта в социальных сетях, тыс. руб.	690
Затраты на проведение конкурсов, а также других мероприятий, направленных на увеличение количества участников сообществ, руб.	450
Итого	1140

Кроме этого, для раскрутки сообществ, а также продвижения продукции необходимо регулярно проводить конкурсы, в том числе использовать реализуемую нашу продукцию в качестве призов. Затраты на проведение конкурсов, а также других мероприятий, направленных на увеличение количества участников сообществ, составят 450 руб. в месяц.

Определим общие годовые затраты на применение маркетинга в социальных сетях:

$$З = 1140 \times 12 = 13,680 \text{ тыс. руб.}$$

При расчёте экономической эффективности применения SMM-маркетинга будем использовать статистический метод, так как

применение других методов в данном случае невозможно. Применение SMM-маркетинга будет способствовать продвижению интернет-магазина и увеличению объемов продаж, осуществленных через данный инструмент сбыта. В 2019 году выручка интернет-магазина составляла 9721 тыс. руб., а уровень рентабельности продаж составлял 4,7 %. Использование SMM-маркетинга позволит увеличить объем выручки интернет-магазина в среднем на 5 %.

Тогда резерв увеличения объема реализации продукции (в стоимостном выражении) составит:

$$P\uparrow B = 9721 \text{ тыс. руб.} \times 0,05 = 486,05 \text{ тыс. руб.}$$

Резерв увеличения прибыли за счет увеличения объема реализации продукции составит:

$$P\uparrow\Pi = 486,05 \times 0,047 = 22,8 \text{ тыс. руб.}$$

Годовой экономический эффект от применения SMM-маркетинга составит 22,8 тыс. руб.

Годовой чистый экономический эффект от применения SMM-маркетинга составит:

$$\text{Эч} = 22,8 - 13,680 = 9,120 \text{ тыс. руб.}$$

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.

УДК: 338.439.5:636.4

Анастасия Коваленко
(Республика Беларусь)

Научный руководитель А.В. Ковтунов, к.э.н., доцент
Белорусский государственный аграрный технический университет

ИННОВАЦИЯ – НЕПРЕРЫВНЫЙ ПРОЦЕСС РАЗВИТИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА

Экономика страны находится на том этапе своего развития, когда одним из главных факторов ее улучшения может быть активизация инновационной деятельности. Это обуславливается тем, что