

помогает принять более обоснованные решения, повысить эффективность производства и обеспечить устойчивое развитие животноводства в условиях быстро меняющегося мира. Прогнозирование позволяет предсказать изменения, определить возможные риски и принять меры для их уменьшения, а также оптимизировать производственные процессы. Поэтому интеграция прогнозирования показателей животноводства в стратегическое планирование становится необходимым элементом для успешного внедрения инноваций и новых методов работы в животноводстве.

### **Список использованной литературы**

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 21.04.2024.

**УДК 339**

## **ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ**

**Сырокваш Н.А., ст. преподаватель**

**Савельева С.В., студент**

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

Ключевые слова: Цифровизация, маркетинговая стратегия, предприятия электронной коммерции, онлайн-ритейл, «Wildberries».

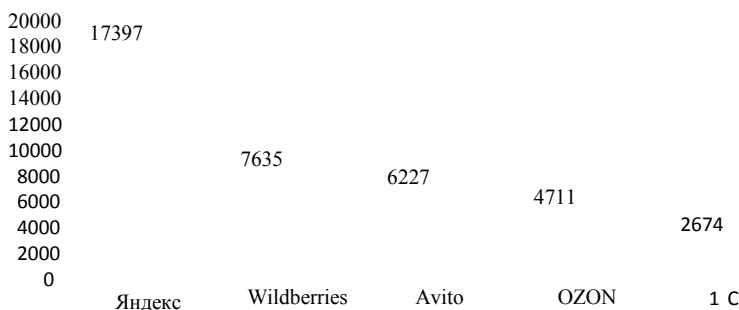
Keywords: Digitalization, marketing strategy, e-commerce enterprises online retail, «Wildberries».

Аннотация: Исследование представляет собой анализ влияния цифровизации на маркетинговые стратегии современных онлайн-торговых компаний. «Wildberries», крупнейший российский интернет-магазин, выступает в качестве предмета исследования. В документе анализируются ключевые показатели его работы за последние два года. Основываясь на статистических данных, исследуются маркетинговые подходы «Wildberries», в том числе их активность в социальных медиа, взаимодействие с локальными компаниями и сотрудничество с индивидуальными предпринимателями.

Abstract: The study is an analysis of the impact of digitalization on the marketing strategies of modern online trading companies. «Wildberries», the largest Russian online store, serves as the subject of the study. The document analyzes the key performance indicators of its operations over the past two years. Based on statistical data, the marketing approaches of «Wildberries» are examined, including their activity in social media, interaction with local companies, and collaboration with individual entrepreneurs.

В современной экономике электронной коммерции цифровизация становится ключевым фактором успеха, особенно на примере рынка онлайн-торговли в России и Беларуси. Чтобы устойчиво развиваться в быстро меняющемся экономическом пространстве, предприятиям необходимо не только строить положительное восприятие среди потребителей, но и гибко адаптировать свои предложения к запросам и нуждам как текущих, так и будущих клиентов, представляя их через инновационные информационные решения. Это направление активно развивается среди интернет-магазинов.

На данный момент «Wildberries» выделяется как ведущий игрок среди отечественных интернет-ритейлеров, занимая верхние строчки рейтингов, как это отображено на рисунке 1.



**Рисунок 1. Положение компании «Wildberries» среди конкурентов, 2022 г., млрд. долл.**

Анализируя данные, видно, что «Яндекс» и «Wildberries» опережают конкурентов, с оценкой «Яндекса» в 17,397 триллионов долларов. Их успех связан с инновациями и разнообразием товаров на платформах. «Wildberries» предлагает 4 миллиона товаров от 40 тысяч производителей, превосходя «Ozon» и «Avito». В 2022 году доходы «Wildberries» увеличились на 98 %, достигнув 1,67 триллиона рублей.

**Таблица 1. Операционные результаты компании «Wildberries» в 2022 г.**

Показатель	2022 г.	2021 г.	Изменения, 2022/2021
Оборот от продаж товаров, трлн руб.	1,67	0,84	98 %
Число проданных товаров, млрд шт.	1,9	>1	81 %
Общее число заказов, совершенных пользователями, млрд шт.	1,5	0,81	88 %

За год было совершено 1,5 миллиарда заказов, что на 88 % больше, чем в предыдущем году, а продажи составили 1,9 миллиарда единиц. Это стало возможным благодаря изменениям в потребительских привычках и эффективному управлению цепочкой поставок. «Wildberries» расширила складскую инфраструктуру на 2 миллиона квадратных метров, открыв новые объекты по всей России и Беларуси. Товары на платформе включают в себя социально значимые и товары для дома и здоровья.

Кроме этого, для успешной адаптации к быстро меняющимся реалиям и удовлетворения потребностей клиентов в цифровую эпоху, современные компании электронной коммерции должны оптимизировать свои маркетинговые стратегии. «Wildberries» использует следующие цифровые инструменты для укрепления своей конкурентоспособности:

1. Социальные сети и контент: «Wildberries» активно использует официальные социальные сети, такие как Вконтакте и телеграмм-канал, для взаимодействия с аудиторией. Ежедневно публикуется контент, выдержанный в фирменном цвете бренда, видеоматериалы, демонстрирующие новые товары и предстоящие распродажи, привлекают внимание платежеспособных молодых людей, следящих за трендами в социальных сетях.

2. Эксклюзивные коллекции: «Wildberries» периодически запускает лимитированные серии товаров с известными брендами или дизайнерами. Это не только создает ажиотаж среди покупателей, но и укрепляет имидж компании как площадки, предлагающей уникальные продукты.

3. Мобильное приложение «Wildberries» обеспечивает удобный процесс покупки, оплаты и доставки товаров. Категории товаров дифференцированы, а система лояльности мотивирует покупателей.

4. Партнерство с региональным бизнесом: Создана платформа «Wildberries Партнеры», позволяющая представителям регионального бизнеса арендовать складские помещения. Это увеличивает финансовую выручку местных поставщиков и улучшает скорость доставки.

Цифровые инновации кардинально изменяют российский и белорусский онлайн-ритейл, где «Wildberries» выделяется своей адаптивностью и ориентацией на клиента. Компания активно использует

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.