

Список цитируемых источников

1. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Г. В. Савицкая. — М.: ИНФРА-М, 2019. — 336 с.
2. Банк, В. Р. Финансовый анализ: учебное пособие / В. Р. Банк, С. В. Банк, Л. В. Тараскина. — М.: ВЕЛБИ, 2006. — 344 с. — Режим доступа: <https://institutions.com/download/books/1471-finansovyj-analiz-bank.html> — (дата обращения: 30.04.2025).
3. Канке А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. // А. А. Канке, И. П. Кошечкина — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2007. — 288 с. — Режим доступа: http://htbiblio.yolasite.com/resources/MM05_analiz_finhoz_deiatel.pdf (дата обращения: 30.04.2025).
4. Рогова, Г. Н. Финансовый анализ: учебно-практическое пособие // Г. Н. Рогова, С. Е. Попова., В. Л. Слепунин. — М.: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2007. — 211 с. — Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/94926/> (дата обращения: 30.04.2025).
5. Толпегина, О. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / О. А. Толпегина. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 376 с.
6. Виноградов, М. Н. Анализ финансового состояния предприятия / М. Н. Виноградов, В. В. Васильев // Инновационная наука. — 2021. — №. 4. — С. 95-97.

УДК 339.138

Л. Н. Федунтик, Р. А. Лизакова

Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
Барановичи, Республика Беларусь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «СЛУЦКИЙ СЫРОДЕЛЬНЫЙ КОМБИНАТ»

Введение. Интернет-маркетинг — это комплекс мероприятий по продвижению товаров, услуг и идей с помощью интернета. Интернет-маркетинг отражает практическую деятельность по использованию всех аспектов традиционного маркетинга в сети интернет, и затрагивает все элементы комплексного продвижения: цена, продукт, место продаж, продвижение. Основными преимуществами интернет-маркетинга считаются интерактивность, возможность максимально точного таргетинга, возможность постклик-анализа. Различают несколько основных инструментов интернет-маркетинга: поисковая оптимизация (SEO); контекстная реклама; медийная (баннерная) реклама; маркетинг в социальных сетях (SMM); оптимизация под социальные сети (SMO); вирусный маркетинг; e-mail-маркетинг; медийная реклама; прямой маркетинг; партизанский маркетинг; интернет-брендинг

Основная часть. На белорусском внутреннем рынке молочной продукции присутствует несколько крупных производителей, которые конкурируют между собой за долю рынка. Вместе с тем, на рынке также работают небольшие предприятия и фермерские хозяйства. ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» одно из крупнейших предприятий не только в Минской области, но и Республике Беларусь. Ассортимент продукции, выпускаемой в ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат», включает в себя около 120 наименований продукции. Одних только твёрдых сыров комбинат выпускает более 20 наименований и около десятка полутвердых. Анализ маркетинговой деятельности ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» указывает на то, что стратегия сбыта, которую сегодня выбирает предприятие на рынке Республики Беларусь, нацелена на удержание существующих позиций, а также по ряду позиций и на увеличение доли внутреннего рынка. Последнее требует увеличения финансовых и трудовых затрат на формирование коммуникационных потоков с учетом современных технологий, позволяющих облегчать как поиск покупателей, так и ускоренную обратную связь с ними. Основными конкурентами ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» являются «Савушкин продукт» и «Молочный Мир». Был проведен анализ сайтов данных организаций (таблица 1).

Таблица 1 — Конкурентный анализ сайтов предприятий молочной отрасли

Характеристика	ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»	ОАО «Савушкин продукт»	ОАО «Молочный Мир»
Возраст	9 лет 74 дня	14 лет 277 дней	19 лет 213 дней
Скорость загрузки	1,24 сек	2,08 сек	0,88 сек
Индексация сайта	643	1359	2320
Количество запросов	2 в месяц	13 в месяц	4 в месяц
Количество показов	328 в месяц	744 в месяц	354 в месяц
Мобильная адаптация	Есть	Есть	Есть
Ссылки на социальные сети	YouTube, Instagram, Facebook	YouTube, Instagram, VK, Facebook	YouTube, Instagram, VK
Web-адрес	https://slsk.by	https://www.savushkin.by	http://milk.by
Классификация	Интернет-витрина	Интернет-витрина	Интернет-витрина

Примечание — Источник: собственная разработка на основании [1—3].

Исходя из таблицы 1 можно сделать вывод, что абсолютно все исследуемые организации используют свои корпоративные сайты в качестве каталога и контактной информации, а также сайты имеют информирующий характер для пользователей. Помимо этого, стоит отметить одну из важных характеристик, а именно web-адрес предприятий, только ОАО «Савушкин продукт» имеет идентичное название самого предприятия и web-адреса, что является очень важной характеристикой, так как пользователю будет проще его найти в интернете. Каждое из указанных предприятий имеет страницу в социальных сетях, что сегодня является очень важным инструментом продвижения в интернете. Проведем анализ одной из социальных сетей по каждому предприятию. ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» активно представлен в одной социальной сети, следовательно, за основу анализа возьмем социальную сеть «Instagram», что представим в таблице 2.

Данный анализ показал, что ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» имеет самое малое количество подписчиков среди своих конкурентов. Абсолютно все предприятия имеют аналогичный контент в социальных сетях, что говорит об узкой направленности данной сферы. Сравнительная характеристика сайта и аккаунтов в социальных сетях показала, что ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» не имеет никаких преимуществ перед конкурентами.

Таблица 2 — Конкурентный анализ страниц социальной сети «Instagram»

Структурный элемент	Анализ социальной сети «Instagram»		
	ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат»	ОАО «Савушкин продукт»	ОАО «Молочный Мир»
Количество подписчиков, чел.	8,8 тыс.	46,4 тыс.	20,7 тыс.
ER — вовлеченность	0,5 %	2,2 %	0,8 %
Тип контента	Информационный, развлекательный	Репутационный, развлекательный	Информационный, развлекательный
Преобладающий формат постов	Изображение и видео	Изображение и видео	Изображение и видео
Среднее количество лайков	50	1500	200
Среднее количество комментариев	1	30	3
Частота выхода постов	3-4 поста в неделю	4-5 поста в неделю	3 поста в неделю

Примечание — Источник: собственная разработка.

Закключение. Для расширения стратегии Интернет-продвижения для ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» целесообразно сосредоточится на нескольких направлениях. Во-первых, занять баннерные места в поиске при запросах рецептов и покупок продуктов-онлайн. Во-вторых, необходимо развивать социальные сети, когда особое внимание следует уделить продвижению аккаунта в социальной сети Тик-Ток. В-третьих, использовать таргетированную рекламу в YouTube, как альтернативу обычной традиционной телерекламе. В-четвертых, постоянно проводить настройку рекламы в Instagram по местоположению и интересам.

Список цитируемых источников

1. Официальный сайт ОАО «Молочный Мир» — URL: <https://milk.by>. (дата обращения: 15.03.2025).
2. Официальный сайт ОАО «Савушкин продукт» — URL <https://www.savushkin.com>. (дата обращения: 15.03.2025).
3. Официальный сайт ОАО «Слуцкий сыродельный комбинат» — URL: <https://slsk.by>. (дата обращения: 15.03.2025).

УДК 659

И. С. Харкевич, Я. Е. Гулевич
*Учреждение образования «Барановичский государственный университет»,
 Барановичи, Республика Беларусь*

MES-СИСТЕМЫ: ВЫГОДЫ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Введение. Современные предприятия применяют различные методы для повышения эффективности основных средств. Среди них — автоматизация процессов, внедрение энергоэффективных технологий, улучшение систем управления запасами и модернизация оборудования. Однако ключевую роль в достижении производственной эффективности занимает внедрение MES-систем. Эти системы не только обеспечивают комплексный контроль производственных процессов, но и позволяют синхронизировать их с целями бизнеса, обеспечивая снижение затрат, повышение гибкости и улучшение качества продукции. MES-системы становятся основным элементом цифровой трансформации, который значительно превосходит традиционные подходы к оптимизации.