

На основе этих факторов можно разработать следующие стратегии мобильного маркетинга:

– стратегия привлечения новых клиентов: направлена на создание awareness и привлечение новых клиентов. Для ее реализации можно использовать такие инструменты, как мобильные приложения, SMS-рассылки, push-уведомления, гео-маркетинг, QR-коды, маркетинг в социальных сетях;

– стратегия удержания клиентов: направлена на повышение лояльности существующих клиентов и стимулирование повторных покупок. Для ее реализации можно использовать такие инструменты, как внутриигровая реклама и программы лояльности;

– стратегия повышения продаж: направлена на увеличение продаж существующим клиентам. Для ее реализации можно использовать такой инструмент, как персонализированные предложения.

После разработки стратегии необходимо выбрать подходящие тактики мобильного маркетинга. Рассмотрим некоторые из наиболее эффективных тактик:

1. Мобильные приложения: это самый эффективный способ взаимодействия с клиентами на мобильных устройствах. Мобильные приложения позволяют предоставлять пользователям персонализированный контент и услуги, а также собирать данные о поведении пользователей.

2. Гео-маркетинг: это использование географических данных для таргетирования маркетинговых сообщений. Гео-маркетинг можно использовать для размещения рекламы в конкретных местах или для предоставления пользователям персонализированных предложений.

3. QR-коды: это двумерные коды, которые можно сканировать с помощью камеры мобильного устройства. QR-коды можно использовать для предоставления пользователям доступа к информации, скидкам или другим преимуществам.

4. Маркетинг в социальных сетях: это использование социальных сетей для продвижения товаров или услуг. Маркетинг в социальных сетях можно использовать для создания контента, который будет интересен целевой аудитории, проведения конкурсов и акций.

5. Внутриигровая реклама: это реклама, которая появляется в играх для мобильных устройств. Внутриигровая реклама может быть эффективной для привлечения внимания целевой аудитории.

Заключение. Мобильный маркетинг становится все более важным для развития бизнеса в современном мире. Разработка эффективных стратегий и тактик мобильного маркетинга поможет компаниям привлечь и удержать клиентов, повысить узнаваемость бренда и увеличить продажи. Однако, необходимо помнить, что каждый бизнес уникален, и наиболее эффективные стратегии и тактики могут быть определены только в ходе анализа рынка и конкретных потребностей целевой аудитории. Регулярное отслеживание результатов и анализ эффективности помогут оптимизировать мобильную маркетинговую деятельность и достичь успеха в современном цифровом мире.

Список цитируемых источников

1. Быстренина, И. Е. Электронная коммерция / И. Е. Быстренина. — 2-е изд. — М. : Дашков и К°, 2019. — 90 с.
2. Number of smartphone users worldwide from 2013 to 2028 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.statista.com/forecasts/1143723/smartphone-users-in-the-world>. — Дата доступа: 04.10.2023.
3. Результаты Apple в 2017 году [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://mobile-review.com/articles/2018/armchair-analytics-162.shtml>. — Дата доступа: 05.10.2023.
4. DIGITAL 2023 JULY GLOBAL STATSHOT REPORT [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-july-global-statshot>. — Дата доступа: 05.10.2023.

УДК 330.354

А. Г. Величко

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

Научный руководитель
Н. Г. Родцевич

ИННОВАЦИИ КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА

Введение. Инновации являются основной движущей силой долгосрочного экономического роста и устойчивого развития. Направление инноваций имеет большое значение, поскольку технические изменения не являются нейтральными и, следовательно, имеют значительные последствия для социального, экономического и экологического развития.

Основная часть. Инновация — это внедрение нового или значительно улучшенного продукта, процесса, услуги или модели бизнеса, которые приносят позитивные изменения и создают добавленную стоимость [1]. Они могут быть технического, социального, процессного или организационного характера. Инновации включают в себя как радикальные изменения, так и инкрементальные улучшения.

Инновации могут быть классифицированы по различным критериям. Одним из распространенных подходов является классификация по типу инновации:

- продуктовые инновации: изменения в продукте или услуге, например, разработка нового продукта с новыми характеристиками или функциональностью;
- процессные инновации: улучшения в производственных или деловых процессах, например, внедрение новой технологии производства или оптимизация логистики;
- методические инновации: инновации в методах и способах ведения бизнеса, например, переход на новую систему управления или внедрение гибких методологий;
- организационные инновации: изменения в организационной структуре, корпоративной культуре или управленческих практиках, например, переход к гибким рабочим расписаниям или повышение уровня сотрудничества и командной работы.

Глобальный инновационный индекс (ГИИ) является важным инструментом для оценки инновационной деятельности стран и экономик мира. По данным Глобального инновационного индекса 2023 года Швейцария занимает первое место в мире по уровню инновационности, что она делает уже 13-й раз подряд, опережая Швецию, США и Великобританию (таблица 1) [2].

Швейцарский субиндекс ресурсов инноваций является самым высоким в мире, что свидетельствует о сильной институциональной среде, высоком уровне человеческого капитала и науки, а также развитой инфраструктуре. Китай, Индия и Бразилия являются одними из самых быстрорастущих инновационных экономик в мире. Китай занимает 12-е место в рейтинге ГИИ 2023 года, Индия — 15-е место, а Бразилия — 29-е место. Все три страны демонстрируют устойчивый рост в области инноваций, что связано с рядом факторов, включая увеличение инвестиций в исследования и разработки, развитие человеческого капитала и внедрение новых технологий. Отчет ГИИ 2023 года показывает, что инновации являются движущей силой экономического роста и развития.

Инновации являются движущей силой экономического прогресса по нескольким причинам:

1. Содействие росту и развитию. Инновации способны создавать новые возможности для роста и развития. Через внедрение новых продуктов или услуг, организации получают возможность расширить свою аудиторию и войти на новые рынки. Процессные инновации позволяют повышать эффективность и снижать издержки, что способствует росту прибыли. Инновации также способствуют технологическому прогрессу и трансформации экономики [3].

2. Повышение конкурентоспособности. Организации, внедряющие инновации, получают преимущество перед конкурентами. Новые продукты, улучшенные процессы или инновационные модели бизнеса делают компанию конкурентоспособной на рынке. Стремление к инновациям способствует созданию устойчивого конкурентного преимущества и способности приспосабливаться к изменяющимся рыночным условиям.

3. Содействие росту занятости и благосостояния. Инновации способствуют созданию новых рабочих мест и развитию экономики. Новые компании, основанные на инновациях, создают рабочие места для специалистов, исследователей и разработчиков. Также, инновации могут привести к повышению производительности труда и доходов, улучшению качества жизни и благосостояния населения.

В качестве примеров инноваций, которые способствовали экономическому росту, можно привести следующие:

- изобретение парового двигателя в XVIII веке привело к промышленной революции и росту производительности труда;
- разработка электричества в XIX веке позволила создать новые отрасли промышленности, такие как электроэнергетика и электроника;
- изобретение компьютера в XX веке привело к развитию информационных технологий и созданию новых отраслей экономики, таких как программное обеспечение и интернет-сервисы [4].

Т а б л и ц а 1 — Занимаемые места отдельных стран в Глобальном инновационном индексе

Место	Страна	Институты	Человеческий капитал и исследования	Инфраструктура	Уровень развития рынка	Уровень развития бизнеса	Результаты в области знаний и технологий
1	Швейцария	2	6	4	7	5	1
2	Швеция	18	3	2	10	1	8
3	США	16	12	25	1	2	12
4	Великобритания	24	8	6	3	13	2
5	Сингапур	1	2	8	6	3	18
6	Финляндия	3	5	1	12	4	16
7	Нидерланды	6	13	14	15	8	9
8	Германия	22	4	23	14	16	7
9	Дания	5	9	3	21	12	10
10	Южная Корея	32	1	11	23	9	5
12	Китай	43	22	27	13	20	14

В XXI веке инновации продолжают играть важную роль в экономическом развитии. Такие технологии, как искусственный интеллект, робототехника и 3D-печать, имеют потенциал для дальнейшего повышения производительности труда и создания новых возможностей для бизнеса и потребителей.

Однако, инновации не всегда являются гарантией успеха. Некоторые компании и страны не могут эффективно использовать инновации из-за отсутствия необходимых ресурсов, низкой квалификации персонала или недостаточной поддержки со стороны правительства. Поэтому, для того чтобы инновации стали движущей силой экономического прогресса, необходимо создать благоприятную среду для их развития.

Создание благоприятной среды для развития инноваций может включать в себя следующие меры:

1. Инвестирование в научные исследования и разработки. Государственные и частные организации должны инвестировать в научные исследования и разработки, чтобы создавать новые технологии и продукты.

2. Обучение и поддержка персонала. Компании и правительства должны обучать персонал новым технологиям и методам работы, чтобы они могли эффективно использовать инновации.

3. Создание инновационной культуры. Компании и правительства должны создавать инновационную культуру, которая поощряет идеи и новые подходы к решению проблем.

4. Поддержка стартапов и малых предприятий. Государственные и частные организации должны поддерживать стартапы и малые предприятия, которые могут стать источником новых идей и инноваций.

Заключение. В целом, инновации являются ключевым фактором экономического прогресса. Они позволяют компаниям и странам создавать новые продукты и услуги, улучшать производственные процессы и повышать конкурентоспособность. Однако, для того чтобы инновации стали успешными, необходимо создать благоприятную среду для их развития и поддержки.

Список цитируемых источников

1. Бабкина, Е. С. Инновационный менеджмент / Е. С. Бабкина — М. : Инфра-М, 2022. — 272 с.
2. Global Innovation Index 2023. Innovation in the face of uncertainty [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2023-en-main-report-global-innovation-index-2023-16th-edition.pdf>. — Дата доступа: 04.10.2023.
3. World Economic Forum. The Global Competitiveness Report 2022. — Geneva, Switzerland: World Economic Forum, 2022.
4. Гринберг, Р. Инновации: как организации становятся успешными / Р. Гринберг — М. : Альпина Паблишер, 2022. — 288 с.

УДК 339.138

А. Г. Величко, Ю. Ю. Тавпеко

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

Научный руководитель
В. Н. Алексеевич

РОЛЬ E-MAIL РАССЫЛКИ В ЦИФРОВОМ МАРКЕТИНГЕ

Введение. Интернет проник во все сферы жизни современного потребителя, что на прямую влияет на бизнес-процессы. Сегодня любая успешная компания ищет эффективные способы взаимодействия и воздействия на свою целевую аудиторию с использованием цифрового маркетинга. Таким образом, в понятие интернет-маркетинга входит комплекс различных инструментов, одним из наиболее эффективных являются e-mail рассылки. Возможно, это одна из старейших форм цифровой коммуникации, но электронная почта по-прежнему доминирует, когда дело доходит до использования.

Основной целью нашего исследования мы ставим изучение e-mail рассылки как одного из эффективных инструментов цифрового маркетинга, рассмотрим типы и преимущества данного инструмента, которые смогут помочь начать успешную маркетинговую кампанию по электронной почте. Актуальность обращения к данной теме определяется стремительным развитием цифровизации всего и вся и цифровых технологий в маркетинге, в частности.

Основная часть. Маркетинг по электронной почте — это мощный маркетинговый канал, форма прямого маркетинга, а также цифрового маркетинга, который использует электронную почту для продвижения продуктов или услуг вашего бизнеса. Это также может сыграть ключевую роль в маркетинговой стратегии компании с привлечением потенциальных клиентов, узнаваемостью бренда, построением отношений или привлечением клиентов между покупками с помощью различных типов маркетинговых электронных писем.

Маркетинг по электронной почте является наиболее прибыльным и экономически эффективным каналом прямого маркетинга, приносящим среднюю отдачу от инвестиций в размере 36 долларов США на каждый потраченный 1 доллар (Litmus, 2021) [1].