

экономичными, чем лица с большим количеством подписчиков. До 91 % покупателей в Интернете ищут интерактивный контент. Поэтому в 2022 г. контент-маркетинг переключит свое внимание на предоставление наиболее релевантных ответов пользователям: интерактивные виджеты, публикации с дополненной реальностью, панорамные видеоролики с углами обзора 360 градусов, опросы и викторины [1]. Этот контент дает пользователям повод дольше оставаться на сайте, что повышает поведенческие характеристики сайта. В то же время такой материал чрезвычайно полезен и потребителю, поскольку помогает найти конкретный ответ на свой вопрос. Преимуществом для компании является то, что обмен таким контентом с пользователями повышает узнаваемость бренда.

Заключение. Интернет-маркетинг постоянно меняется. Компаниям необходимо учитывать как действующие тенденции, так и предвидеть новые. Поэтому важно вовремя прогнозировать и внедрять современные инструменты и технологии в свой маркетинг. К тому же, для различных брендов и компаний необходимо всегда быть в курсе будущих тенденций, чтобы взаимодействие с клиентами было наиболее эффективным. Однако, более важным и значимым трендом можно назвать посты с возможностью дальнейшей покупки, а также маркетинг влияния, так как с каждым годом растет популярность социальных сетей среди всей возрастной категории людей. Решение о покупке товара основывается на доверии к людям, которые для них наиболее авторитетны. Расширение охвата целевой аудитории обеспечивает ее вовлеченность. В результате рост числа лояльных клиентов приводит к увеличению объемов продаж.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кот, Д. Г. Продающие тексты. Модель для сборки. Копирайтинг для всех / Д. Г. Кот. – Питер, 2019. – 192 с.
2. Бринкер, С. Agile-маркетинг. Хакерские практики для эффективного бизнеса / С. Бринкер. – Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 272 с.
3. Смолина, В. А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях: практ. пособие / В. А. Смолина. – Москва: Инфра-Инженерия, 2019. – 252 с.

УДК 331.105.4

ВЗАИМОПОМОЩЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ

*С. А. Кондратьева, студент группы 10508121 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель И. Е. Ругалёва*

Резюме – внезапные проблемы, перерастающие в всемирный экономический кризис, создают партнерства и избавляет от ряда противоречий. Только создавшиеся объединения совместно ищут пути решения появив-

шихся проблем, вырабатывают практические планы действий для поддержки экономики, малого бизнеса и населения.

Resume – sudden problems that develop into a global crisis and ultimately eliminates contradictions from the border. Only the associations created by joint efforts are looking for ways to solve emerging problems, develop practical action plans to support the economy, small businesses and the population.

Введение. Кризис, вызванный появлением пандемией COVID-19, является потрясением для всех и каждого. Важнейшую роль в преодолении сложившейся ситуации играет сохранение контакта между всею слоями общества и поддержка друг друга. Особенно это касается бизнеса и экономики в целом. Ситуация изменяется поминутно, что и является двигателем молниеносных действий со стороны сообществ и необходимость направить все усилия на избежание экономической катастрофы.

Основная часть. Множество компаний находятся в зоне риска нужды прекращения своей деятельности, что и повлияет на нехватку рабочих мест. В совместном заявлении Международной конференции профсоюзов (МКП) и Международной организации работодателей (МОР) по COVID-19 предлагается сделать акцент на развитии следующих сфер:

1. Образование организаций и союзов на малых и средних предприятиях, с целью сохранения доходов и солидарности. Поддержание межправительственного сотрудничества и недопущение разрыва поставок медикаментов.

2. Общая ответственность за стабилизацию мирового положения, контроль распространения инфекции на рабочих местах и за пределами, во избежание их (рабочих мест) потери.

3. Подчеркнута необходимость защиты занятости и дохода населения со стороны ООН, в особенности ВОЗ. Политическая координация и согласованность крайне важны. Акцентируется внимание на признании ключевой роли МОТ и сохранении диалога между организациями.

4. Направление всевозможных сил правительств на эффективное использование медицинских учреждений и ресурсов, особенно в тех регионах, где системы здравоохранения слабые и где пандемия распространяется особенно быстро.

5. Декларация столетия МОТ 2019 года включает все пункты которые важны для поддержания стабильности и будущему улучшению.

Данные действия, по мнению МОР и МКП, приведут к смягчению последствий кризиса и помогут в их устранении. Должны быть приняты все меры, чтобы избежать потери грандиозного числа рабочих мест, оказать помощь трудящимся и компаниям в столь тяжелый период [1]. Деятельность организаций работодателей и предпринимателей (ОРП) была направлена на предоставление жизненно важных услуг и выдвижение вперед с целью спасения бизнеса на международную арену.

Такого рода кризисы – мгновенные и образующие панику, требуют незамедлительных инноваций. ОРП – незаменимые участники сражения. Основные действия ОРП по стабилизации положения такие:

1. Поддержка работодателей. Быстрая реакция дала движение диалогу с государством, что поспособствовало предоставлению экстренных грантов и созданию разнообразных схем поддержки.

2. Коллективное взаимодействие с государством.

3. Анализ, исследования и интеллектуальное лидерство. Анализ мнений с помощью многочисленных опрашиваемых и их устойчивые знания в разных сферах экономики позволяют организациям работодателей и предпринимателей быть одной из ведущих сторон обсуждения пандемии и вариантов решений кризиса.

4. Демонстрация позитивной роли бизнеса. Положительное влияние бизнеса никак нельзя удалить, так как оригинальные действия со стороны компаний поддерживают мировую экономику и дух населения в целом.

5. Новая эра сотрудничества. Новая глава сотрудничества между государством и бизнесом, межличностные отношения внутри самого бизнеса нельзя не учесть [2].

Заключение. Дестабилизация действительно может поспособствовать инновациям, оригинальным решениям, необычным коллаборациям и сплочению общества. Организации и созданные коллаборации могут приумножать достигнутое во время кризиса и брать на себя инициативу в решении возникающих проблем, связанных с политикой и финансовыми затруднениями .

ЛИТЕРАТУРА

1. Совместное заявление МКП и МОР по COVID-19 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://perc.ituc-csi.org>. – Дата доступа: 23.03.2020.

2. Ведение бизнеса во время короновирусного кризиса. анализ деятельности организаций работодателей и предпринимателей во время пандемии covid-19 и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ilo.org/publns. – Дата доступа: 25.01.2021.

УДК 339.138

РЕБРЕНДИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т. В. Кондратюк, магистрант ФММП БНТУ
научный руководитель – старший преподаватель Н.М. Хохлова

Резюме – ребрендинг является одним из наиболее действенных инструментов повышения эффективности продвижения и формирования общественного мнения. Существует ряд причин, побуждающих предпри-