

## ЛИТЕРАТУРА

1. Конкуренентоспособность предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://up-pro.ru/encyclopedia/konkurentosposobnost/>. – Дата доступа: 14.03.2022.
2. Конкуренентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://logistics.ru/9/2/i20\\_64.htm](https://logistics.ru/9/2/i20_64.htm). – Дата доступа: 13.03.2022.
3. IT-компании в Беларуси и международные представительства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minsk.page/it-belarus/bolshie-kompanii-i-mezhdunarodnye-predstavitelstva/>. – Дата доступа: 13.03.2022.
4. Парк высоких технологий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.park.by/>. – Дата доступа: 14.03.2022.
5. IT-тренды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.dp.ru/a/2019/02/28/IT-trendi\\_dlja\\_razvitija\\_bi](https://www.dp.ru/a/2019/02/28/IT-trendi_dlja_razvitija_bi). – Дата доступа: 15.03.2022.

УДК 159.944.3

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЖУТЕРИИ РУЧНОЙ РАБОТЫ ЧЕРЕЗ СЕТЬ ИНСТАГРАМ

*А. А. Кречко, К. А. Потоцкая, студенты группы 10503119 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук., доцент О. Н. Монтик*

*Резюме – В наше время практически невозможно представить успешно развивающийся бизнес без вложений в рекламную кампанию и высокого уровня рекламного продвижения. Каждая организация выбирает свой способ раскрутки производимых товаров или предоставляемых услуг.*

*Summary – In our time, it is almost impossible to imagine a successfully developing business without investments in an advertising campaign and a high level of advertising promotion. Each organization chooses its own way of promotion of manufactured goods or services.*

**Введение.** Социальные сети активно развиваются, а следом за ними обретает популярность рекламное продвижение на различных платформах в интернете [1].

Большинство молодых брендов начинают свое продвижение в интернет пространстве, поскольку такой способ не влечет за собой большие материальные затраты. На примере продвижения рукодельной бижутерии рассмотрим самые подходящие и действенные методы рекламы.

**Основная часть.** Современный малый бизнес все чаще отдает предпочтение рекламе через сеть Инстаграм. Аудитория данной социальной сети не прекращает расти, а это в свою очередь и привлекает рекламодателей. Производство бижутерии ручной работы относится к малому бизнесу,

а это требует рационального распределения затрат на рекламу. За последние полтора года украшения ручной работы, в частности из бисера и натуральных камней, стали востребованной частью образа и обрели большую популярность у людей по всему миру. Конечно, большая часть – это креативные и неординарные личности. В силу того, что сетью Инстаграм пользуются преимущественно молодые люди, данная площадка является самым выгодным вариантом для продвижения такого рода продукции.

Реклама в сети Инстаграм делится на два основных вида: таргетинг и реклама у различных блоггеров [2].

Таргетированная реклама позволяет учитывать реальные интересы пользователей благодаря настройке определенных параметров при запуске рекламы, что ускоряет поиск потенциальных клиентов. Например, для продвижения наших товаров такими параметрами в первую очередь будут являться возраст и геолокация. Так как мы ориентируемся на молодых людей, то и возраст будет определен в диапазоне 18–35 лет. Как показывает статистика, именно у этой возрастной категории проявляется интерес к данному виду украшений. Также на основе ежедневного анализа проводимой рекламы таргетинг позволяет определить эффективность и оптимизировать свою стратегию, а это немаловажно для любого вида деятельности [1]. Реклама через медийных личностей, то есть через блоггеров, весьма привлекательна. Численность таких людей постепенно растет. Конечно, сразу ориентироваться на блоггеров-миллионников не стоит, а предпочтительнее сосредоточить свое внимание на микроинфлюенсерах и макроинфлюенсерах, что сэкономит деньги и упростит саму процедуру по приобретению рекламы. В зависимости от популярности того или иного блоггера, можно найти рекламу в любой ценовой категории. Если же говорить о расширении геолокации поиска клиентов, то можно обратиться с деловым предложением к зарубежным личностям с не самым большим числом подписчиков, но, например, обзеревающих стиль и моду. Данный вид продвижения более эффективен для продвижения бижутерии по сравнению с таргетингом, т. к. такая реклама не теряется и будет доступна в любое время для пользователей сети. Оптимальным вариантом выбора рекламы рукодельной бижутерии через сеть Инстаграм будет являться комбинация таргетинга и блоггеров в соотношении 30 % и 70 %, соответственно.

**Заключение.** Таким образом, преимуществами рекламы в сети «Инстаграм» являются ее доступность и эффективность. С помощью покупки рекламы у популярных аккаунтов можно расширить маркетинговую деятельность организации до глобального уровня, а таргетинг позволяет охватить наиболее заинтересованную часть потенциальных потребителей. Кроме того, данный вид продвижения является мало затратным, что позволяет направить дополнительные финансовые средства компании на производственную, инновационную, сбытовую или организационную деятельность, чтобы соответствовать требованиям привлеченных покупателей.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Таргетированная реклама в соцсетях [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://gusarov-group.by/targetirovannaya-reklama-v-sotssetyah/>. – Дата доступа: 22.03.2022.

2. Реклама в Instagram: как грамотно настроить и запустить, сколько стоит [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://popsters.ru/blog/post/reklama-v-instagram>. – Дата доступа: 22.03.2022.

УДК 334.012.64

### РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Д. А. Крук, О. А. Киселевич, студенты группы 10503319 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О. Н. Монтик*

*Резюме – в статье рассматриваются развитие малого бизнеса в Республике Беларусь.*

*Summary – the article discusses development of small business in the Republic of Belarus.*

**Введение.** Малый бизнес или малое производство – это предпринимательство, которое опирается на деятельность небольших фирм. Малый бизнес в наше время является одним из самых важнейших элементов в экономической деятельности государства и экономики в целом [1].

**Основная часть.** Малые предприятия создают рыночную конкурентную среду, а также решают социальные проблемы государства, такие как безработица, монополизм, а так же способствуют развитию здоровой конкурентной среды. Принимая на работу не только высококвалифицированных специалистов, но и студентов для получения опыта и знаний, тем самым государство сокращает уровень безработицы, что очень положительно влияет на уровень национальной экономики.

Развитие малого бизнеса в Беларуси – одно из приоритетных задач. Начиная еще с 80-х годов в стране осуществляются меры поддержки не только для комфортного ведения, но и для развития бизнеса.

По сравнению с развитыми странами доля белорусских малых и средних предприятий в ВВП составляет примерно 23 %. По данным Министерства по налогам и сборам на 2020 год количество малых предприятий составляет около 12588. По сравнению с 2019 годом количество организаций увеличилось на 3,4 % [2].

В Беларуси больше всего предприятий приходится на Минск и Минскую область, а меньше всего предприятий в Гродненской области. По данным Национального статистического комитета на 2021 год количество малых и средних предприятий, находившихся вне пределов крупных городов, составило около 135 тысяч. На данный момент все больше предприятий становится в сельской местности, так как для развития в сельской