

ВЫБОР ПЛАТФОРМ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ SMM-СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Растущая популярность социальных медиа как канала для продвижения организаций открывает перед бизнесом и ряд неизученных областей. Одной из таких является многообразие платформ для реализации SMM-стратегии организации и последующая проблема выбора наиболее релевантных из них.

В своем исследовании автор предлагает разбить процесс выбора платформ для реализации SMM-стратегии на следующие этапы: анализ аудитории социальных сетей, анализ специфики социальных сетей и конкурентный анализ.

Анализ аудитории социальных сетей включает в себя анализ доступной аудитории социальных сетей и ее половозрастной структуры. Согласно отчету «DataReportal», а также данным рекламных кабинетов платформами с наиболее многочисленной аудиторией в Республике Беларусь по состоянию на начало 2025 года являются: «TikTok» (6,36 млн пользователей), «Instagram» (3,7 млн пользователей), «ВКонтакте» (3,26 млн пользователей).

Возрастной портрет аудитории рассмотрен на рисунке 1:

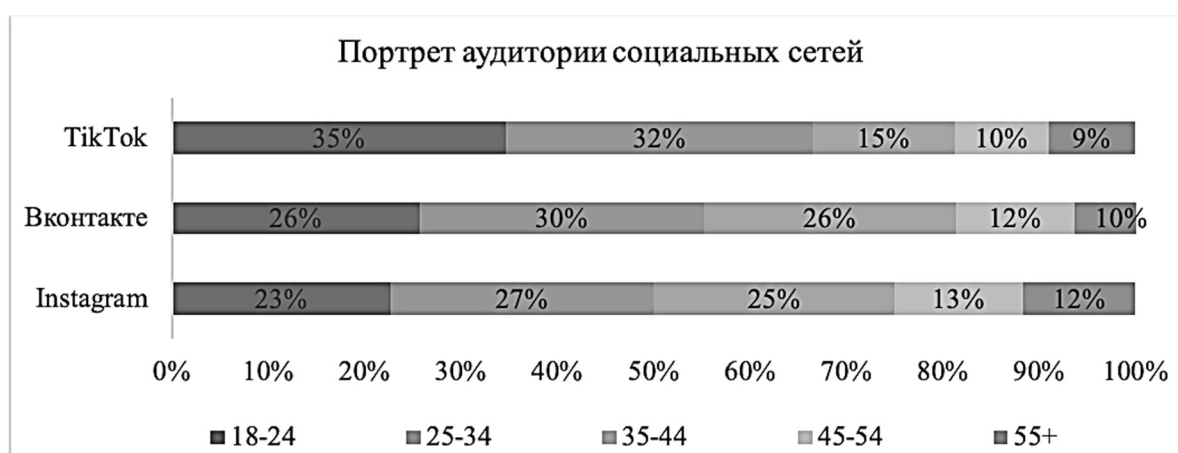


Рисунок 1 – Портрет аудитории социальных сетей по возрасту
Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [1].

А гендерный портрет представлен на рисунке 2:



Рисунок 2 – Портрет аудитории социальных сетей по полу
Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [1].

Анализ специфики социальных сетей представляет собой оценку функциональных возможностей платформ, используемых для продвижения организаций. Краткие результаты такого анализа:

- «TikTok» – платформа ориентирована на распространение коротких видеороликов, преимущественно челленджей и трендов;
- «Instagram» – платформа с фокусом на визуальный контент. Среди специфических инструментов платформы можно выделить «stories»;
- «ВКонтакте» – универсальная платформа, отличающаяся многообразием инструментов взаимодействия с аудиторией, среди которых: «публикации», «клипы», «рассылки посредством личных сообщений».

Конкурентный анализ строится на исследовании присутствия брендов-конкурентов в социальных сетях, а также проводимых ими активностей и достигнутых результатов продвижения.

Таким образом, автором были выделены этапы выбора платформ для реализации стратегии продвижения организации в социальных сетях. Ожидается, что результаты исследования принесут практическую пользу организациям, выстраивающим стратегии продвижения в digital.

Список использованных источников

1. DataReportal: digital 2025 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-belarus>. – Дата доступа: 03.03.2025.

М. В. Молохович,
канд. экон. наук, доцент
БГУ (г. Минск)
e-mail: malakhovich_m@mail.ru

СПЕЦИФИКА ПОСТРОЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В КОРПОРАТИВНЫХ ФОРМИРОВАНИЯХ

Создание и функционирование корпоративных структур в различных отраслях народного хозяйства выступает неотъемлемой частью современного этапа развития экономики. Их деятельность оказывает существенное влияние на эффективность и характер протекания всех хозяйственных процессов в регионах и секторах экономики, к которым они относятся, предопределяя уровень развития и результативность их функционирования и играя важную роль в обеспечении их конкурентоспособности.

Преимущества корпоративного взаимодействия, достижимые только в рамках совместной деятельности объединившихся хозяйствующих субъектов, позволяют им добиваться существенных результатов в финансовой, инвестиционной, логистической, маркетинговой, научно-технической и инновационной сферах, освоение которых отдельным организациям может быть не по силам. А потому значимость данных объединений непрерывно возрастает, обуславливая потребность детальной проработки ключевых аспектов их функционирования, одним из которых и является построение в данных формированиях высокоэффективных логистических систем.

Современные корпоративные структуры, как правило, представляют собой мощные производственно-экономические системы, характеризующиеся большим количеством разнородных участников, их территориальной разобщенностью и сложностью организационного взаимодействия. И именно в таких системах логистические процессы наиболее эффективны и целесообразны с экономической точки зрения. Ведь исходя из сущности логистики, охватывающей планирование, организацию, управление, контроль