

вить им данные и рассмотреть их взгляды на устойчивое развитие. Растущее осознание важности социальной ответственности приводит к тому, что как клиенты, так и инвесторы требуют от организаций внимательного подхода к формированию данной стратегии [3].

Таким образом, реализация программ КСО не только повышает репутацию организации и лояльность клиентов, но и напрямую влияет на финансовые показатели, привлекая инвестиции и способствуя росту стоимости бренда. КСО играет значительную роль в привлечении и удержании талантливых сотрудников, особенно представителей молодого поколения, которые все больше ценят социальные аспекты работы. Интеграция КСО в бизнес-стратегию — не просто социально ответственный шаг, а необходимое условие для долгосрочного успеха и устойчивого развития организации в современных условиях.

Источники

1. Brand purpose: when good intentions aren't enough // Kantar Group and Affiliates. — URL: <https://www.kantar.com/north-america/inspiration/brands/brand-purpose-when-good-intentions-arent-enough> (date of access: 24.11.2024).

2. Porter Novelli Purpose Tracker: The Business Imperative for Social Justice Today // Institute for Public Relations. — URL: <https://instituteforpr.org/porter-novelli-purpose-tracker-the-business-imperative-for-social-justice-today/> (date of access: 24.11.2024).

3. CECIP's 2021 Giving in Numbers Survey and Report // 3BL MEDIA. — URL: <https://www.3blmedia.com/news/campaign/cecips-2021-giving-numbers-survey-and-report> (date of access: 24.11.2024).

Р. А. Игнатович, Д. В. Балинская
БГЭУ (Минск)
Научный руководитель — **Е. В. Андрос**

МЕТОДЫ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ НА WILDBERRIES

Методами разработки любой стратегии являются: определение возможностей и угроз; построение SWOT-анализа; выбор товаров и рынков, на которых они будут реализовываться; построение экономической стратегии; определение доступных ресурсов, необходимых для ее реализации.

При разработке стратегии продвижения на маркетплейсах необходимо определять возможности и угрозы, т.е. важно построение SWOT-анализа (для этого необходимо выбрать конкурентов нашего бренда / товара и провести аналитику; критериями сравнения могут

быть различные показатели: оптимизация и насыщение карточки, сравнение отзывов, анализ внешней/внутренней рекламы). При построении SWOT-анализа мы описываем наши сильные, слабые стороны, возможности и угрозы по отношению к конкурентам, внешним факторам, которые могут повлиять на нас.

Также не менее важным методом при разработке стратегии является построение экономической стратегии, определение доступных ресурсов, необходимых для ее реализации. Для этого нам важно оценить значимость проведения различных кампаний, провести расчеты и сделать анализ конкурентов, чтобы не допустить отрицательной выручки от товара.

При разработке SWOT-анализа и построении экономической стратегии мы можем анализировать следующие показатели на маркетплейсах:

- Насыщение карточки товара (настройка SEO-оптимизации описания и характеристик. Для примера взят товар: вечернее платье-пиджак. Была проведена SEO-оптимизация карточки, и мы видим прирост продаж за месяц (см. рисунок). Также мы видим моментальный рост в ключевых запросах данного товара, что говорит о том, что товар поднимается в выдаче и его видят больше потребителей. Это говорит о том, что, если мы видим насыщенную товарную карточку, рост продаж, то это может быть потенциальный конкурент и появляется возможность равняться на него, так как он принял во внимание данный показатель.



Результат проведения SEO-оптимизации

- Участие во внутренних акциях, предлагаемых Wildberries. Это также является важным критерием при составлении стратегии продвижения товаров. Выгодные предложения и акции привлекают внимание целевой аудитории.

- Приобретение и накопление отзывов.
- Использование внешней рекламы.

Для того чтобы быть успешным селлером, важно использовать традиционные методы разработки любой стратегии, такие как SWOT-анализ, выбор товаров и рынков, построение экономической стратегии, определение доступных ресурсов.

Источник

Wildbox — Сервис аналитики WILDBERRIES : [сайт]. — 2024. — URL: https://wildbox.ru/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2Fwb (дата обращения: 17.11.2024).

Е. Д. Карих
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Кармызов, канд. экон. наук

НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Малое предпринимательство в Республике Беларусь играет важную роль в экономике: обеспечивает занятость около трети населения, а также вносит значительный вклад в ВВП. Для поддержки данного направления в стране применяются различные инструменты налогового стимулирования, которые направлены на развитие бизнеса, повышение его конкурентоспособности и обеспечение стабильного экономического роста.

Основные меры налогового стимулирования:

1. Упрощенная система налогообложения (УСН): малые предприятия могут выбрать упрощенную систему налогообложения с фиксированной налоговой ставкой 6 %. Условия УСН: численность работников организации не должна превышать 50 чел., валовая выручка должна составлять не более 1 733 440 р. Данная система позволяет предпринимателям избежать сложного бухгалтерского учета и сократить затраты на налоговое администрирование.

2. Налог на профессиональный доход: специальный налоговый режим для физических лиц, введенный с 1 января 2023 г. Введение налога на профессиональный доход стало значимым шагом в легализации микробизнеса. Эта форма налогообложения отличается низкой ставкой (10 % для доходов, не превышающих 60 тыс. р. в целом за