

2. Виноградов, С.Н. Логика ролевой компьютерной игры в функционировании и изучении русского языка / С.Н. Виноградов // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/logika-rolevoy-kompyuternoy-igry-v-funktsionirovanii-i-izuchenii-russkogo-yazyka> (дата обращения: 10.04.2025).

3. Доходы компании Genshin Impact выросли в январе 2025 года // EGW News. — URL: <https://rus.egw.news/gaming/news/26266/genshin-impacts-revenue-surges-in-january-2025-OzffptXDD> (дата обращения: 08.04.2025).

П.В. Огандеева, В.О. Семенюк
Научный руководитель — С.В. Савенко
БГЭУ (Минск)

АУДИОМАРКЕТИНГ: ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ С ПОМОЩЬЮ МУЗЫКИ

Аудиомаркетинг — это использование звуков и мелодий для продвижения бренда и увеличения продаж. Практика использования музыки для решения бизнес-задач не нова. Еще в 1980-х гг. психологи выяснили, что звуковые мелодии прямо влияют на поведение клиентов, формируют привязанность к бренду, увеличивают время, проведенное в магазине, и стимулируют совершать больше покупок [1].

Целью работы является исследование влияния музыки на потребительское поведение в различных сферах, а также выявление стратегий аудиомаркетинга, которые могут быть использованы для ее эффективного применения.

Музыкальное оформление магазина играет одну из ключевых ролей в организации продаж. Так, исследование британской компании Milliman показало, что для озвученных магазинов характерно 34%-ное увеличение времени пребывания покупателей по сравнению с торговыми залами без музыкального сопровождения. Другие социологические фирмы предложили владельцам магазинов ответить на вопрос: «Как влияет музыка в магазине на покупателей?». Результаты были следующие: 76 % отметили большую удовлетворенность покупателей, 63 % считают, что музыка стимулирует посетителей дольше оставаться в торговом зале. Такие результаты еще раз подтверждают значение музыки как одного из ключевых инструментов для привлечения и удержания клиентов.

Рассмотрим более подробно использование аудиомаркетинга в различных сферах бизнеса.

Для кафе и ресторанов немаловажное значение имеет скорость музыки. Во время высокого спроса лучше использовать более быстрый темп, чтобы увеличить темп приема пищи и повысить оборачиваемость столов. В периоды низкого спроса, напротив, стоит выбирать медленный темп, чтобы продлить пребывание гостей за столами. Исследования показывают, что при темпе около

73 ударов в минуту посетители в среднем проводят за столом на 25 % больше времени и генерируют на 15 % больше выручки.

В индустрии красоты и здоровья музыка также выполняет целый ряд функций. Например, в салонах красоты мелодии формируют впечатляющую атмосферу. Владельцы салонов отмечают, что музыка на 90 % положительно сказывается на их бизнесе; на 84 % создает гостеприимную и привлекательную обстановку; на 71 % улучшает настроение клиентов. Музыкальное оформление фитнес-клуба повышает его имидж. Исследования однозначно рекомендуют фитнес-клубам применять музыкальное сопровождение для поддержания благоприятного настроения у существующих клиентов и привлечения новых. Согласно опросам, 70 % посетителей это мотивирует; 63 % готовы рекомендовать этот клуб другим; 38 % согласны платить на 5 % больше за членство [2].

В ходе изучения роли музыки в рекламе был проведен опрос, согласно которому 84,8 % респондентов считают звуковое оформление рекламы более важным, нежели ее сюжет. Музыка не просто завершает композицию рекламных роликов, но и ненавязчиво привязывает к себе потенциального клиента.

Еще одним инструментом аудиомаркетинга является звуковой логотип — короткий музыкальный фрагмент, используемый компаниями в разных точках контакта со своей аудиторией. Популярность аудиологотипов обусловлена множеством товарных предложений, которые сложно отличить друг от друга: они мало отличаются по вкусу, функциональности и качеству (например, Windows и Mac OS) [3].

В создании аудиологотипов главным помощником аудиомаркетинга является искусственный интеллект (ИИ), который упрощает их создание. ИИ открывает и другие возможности для инноваций в аудиомаркетинге: возможности для генерации оригинальной музыки, которая соответствует стилю компании; ИИ может отслеживать, как пользователи взаимодействуют с аудиорекламой, и прогнозировать эффективность компаний, что позволяет брендам оперативно вносить коррективы и достигать лучших результатов [4].

Аудиомаркетинг особенно эффективен в эпоху цифровых технологий, когда потребители активно используют мобильные устройства, носимые гаджеты и голосовые сервисы. Он представляет собой мощный инструмент, который помогает компаниям выделяться среди конкурентов, строить долгосрочные отношения с клиентами и обеспечивать успешное продвижение своих продуктов в различных сферах.

Источники

1. Аудиомаркетинг: увеличение продаж с помощью музыки // KanzOboz.ru. — URL: [https://kanzoboz.ru/article/audiomarketing_uvelichivaem_prodaji_s_pomoschyu_muzyiki/#:~:text=\(дата обращения: 10.04.2025\).](https://kanzoboz.ru/article/audiomarketing_uvelichivaem_prodaji_s_pomoschyu_muzyiki/#:~:text=(дата обращения: 10.04.2025).)

2. Исследования — музыка для продаж, музыка в ресторанах, фитнес-клубах, отелях и салонах красоты // Radiomall. — URL: <https://radio-mall.ru/music/> (дата обращения: 10.04.2025).

3. Звуковой брендинг, или Зачем озвучивать бренд // Z&G.Branding. — URL: https://zg-brand.ru/statiy/branding/zvukovoj_branding_ili_zachem_ozvuchivat_brend/ (дата обращения: 10.04.2025).

4. The Future Sounds Bright: Audio Marketing in the Age of AI // LinkedIn. — URL: <https://www.linkedin.com/pulse/future-sounds-bright-audio-marketing-age-ai-jean-ginzbur> (date of access: 10.04.2025).

А.Г. Павлюкова

Научный руководитель — Т.М. Лукьянюк

БГЭУ (Минск)

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В МИРЕ: ОПЫТ ДЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В условиях глобальных изменений, связанных с ростом населения, усилением экологических проблем и продовольственной безопасности, сельское хозяйство является одним из ключевых секторов, нуждающихся в использовании цифровых технологий. По прогнозам ООН, к 2050 г. население планеты достигнет 9,7 млрд чел., что потребует увеличения производства продуктов питания на 60 % [1]. В этом контексте точные технологии, основанные на применении спутниковых систем, датчиков, искусственного интеллекта и специализированных информационно-аналитических систем, позволяют оптимизировать использование ресурсов, повысить урожайность и качество продукции, увеличить площадь сельскохозяйственных угодий, сократить использование химических удобрений, минимизировать эрозию почвы и обеспечить долгосрочную устойчивость сельскохозяйственного сектора.

Современные технологии точного земледелия получили широкое распространение в странах с развитым аграрным сектором. Лидером в этой области являются США, где с 1990-х гг. активно внедряются GPS-системы для мониторинга полей и управления сельскохозяйственной техникой. По данным исследований, использование технологий параллельного вождения и автоматизированного контроля за внесением удобрений позволяет американским фермерам сокращать затраты при одновременном повышении урожайности на 5–10 % [2].

В Европейском Союзе акцент делается на экологической составляющей точного земледелия. Применение датчиков, беспилотных летающих аппаратов и спутникового мониторинга способствует сокращению использования пестицидов на 15 % и снижению водопотребления на 10–20 %. Особого внимания заслуживает опыт Нидерландов. Благодаря внедрению цифровых технологий страна, занимающая небольшую территорию, стала одним из крупнейших экспортеров сельскохозяйственной продукции.