

получает баллы, которые впоследствии может обменять на нужную ему услугу или же на скидку в магазинах-партнерах. Если ему нечего предложить, а услугу получить хочется, то он может просто купить баллы за деньги. Такая конвертация обеспечит большую выгоду покупателю, чем покупка услуги на рынке.

Таким образом, проект позволит: людям, которые хотят реализовать себя, получить дополнительный опыт; людям, которые хотят оказывать услуги, накапливать баллы и обменивать их на различные скидки в организациях-партнерах или же на интересующую их услугу; получить услугу по цене ниже рыночной (за счет фиксированной конвертации денег в баллы) людям, которые не готовы накапливать баллы, путем предоставления каких-либо услуг.

В результате проведенных расчетов, окупаемость данного проекта — 10 месяцев, величина чистой прибыли на 12 месяцев составит 3268,64 руб. Таким образом, данный проект выполняет в полной мере не только социальную функцию, но и экономическую.

#### **Источники**

1. Будущее рынка мобильных приложений: прогноз AppAnnie [Электронный ресурс] // ИТ в Беларуси. — Режим доступа: <https://dev.by/news/app-annie-forecast-2016-2021/>. — Дата доступа: 01.11.2018.

**М.Н. Пашкова, А.В. Бурдюгова**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — Л.С. Климченя, канд. экон. наук, доцент*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SMM В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Социальные сети держат лидирующие позиции по посещаемости среди остальных веб-ресурсов, почти каждый второй пользователь Интернета зарегистрирован хотя бы в одной из них.

В последнее время в любом бизнесе все чаще используют SMM как один из инструментов интернет-маркетинга. SMM можно назвать искусством, сочетающим в себе набор действий, направленных на продвижение бренда в социальных сетях и построение отношений с целевыми группами.

Распространенной ошибкой объектов общественного питания является то, что они не публикуют в соцсетях всю информацию, которая может потребоваться пользователям для принятия решения. В итоге люди не находят режим работы, меню, не понимают, можно ли зарезервировать столик, и смотрят другое заведение [1].

Преимуществом социальных сетей для объектов общественного питания является возможность собирать персонализированную ин-

формацию о посетителях. Полученные данные впоследствии можно использовать для адресной отправки сообщений об акциях в честь дня рождения, мероприятий по интересам, в почтовых рассылках. При обращении к клиенту персонализировано увеличивается вероятность того, что он посетит ресторан.

Задачи присутствия ресторана любого типа в социальных сетях можно свести к двум: сформировать лояльную аудиторию, а также получить прямой приток посетителей в свое заведение.

Визуальный контент несомненно необходим для продвижения любого заведения. Так, Instagram позволяет публиковать и потреблять визуальный контент, который воспринимается пользователями в десятки тысяч раз быстрее по сравнению с текстовым. Instagram входит в число наиболее перспективных социальных платформ для продвижения бизнеса, и популярность этой сети уверенно растет [2].

Нестандартным ходом по привлечению посетителей станет официальная страница в социальных сетях вашего шеф-повара. Публикации интересных моментов из жизни ресторана соберут массу зрителей и потенциальных посетителей, а также повысят доверие к качеству и профессионализму кухни и к самому заведению в целом [3].

В Республике Беларусь применение SMM имеет широкое распространение. Особо активными становятся относительно молодые заведения, такие как ENZO, Ronin, «Лаўка», «ДЭПО». Тщательно изучая потребительский спрос с учетом современных тенденций, они формируют актуальный и востребованный контент. Одним из наиболее ярких примеров является ресторан Simple, он предлагает гостям свое видение локальной гастрономии белорусской кухни. Ресторан активно продвигает свой аккаунт в Instagram, где помимо привлекательных фото блюд, видео-контента о процессе создания блюд и непрерывных Live-историй видео-формата есть блок-контент про шеф-повара и персонал данного заведения, расписаны истории создания блюд, а также предоставлена необходимая информация о местоположении, режиме работы и меню.

### Источники

1. Как создать очередь в ресторане? [Электронный ресурс] // Facebook. — Режим доступа: <https://www.facebook.com/YouScan/posts/21>. — Дата доступа: 28.11.2018.
2. SMM — цели и необходимость [Электронный ресурс] // Web Promo Experts. — Режим доступа: <https://webpromoexperts.com.ua/blog/zachem-nuzhen-smm-i-s-chego-nachinat/>. — Дата доступа: 28.11.2018.
3. Что такое SMM и с чем его едят? [Электронный ресурс] // Toogarin. — Режим доступа: <http://toogarin.ru/chto-takoe-smm-s-chem-ego-edyat/>. — Дата доступа: 28.11.2018.