

©БГЭУ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ ОАО «ELEMA»

А. С. ГУСЕВА

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – Н. Н. АНОХИНА, КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ

Статья посвящена изучению интернет-коммуникаций, а также путям их совершенствования на примере деятельности ОАО «Elema» в данной сфере. В работе анализируются основные инструменты интернет-коммуникаций. Разработана методика оценки рекламных площадок на основе метода расстановки приоритетов, составлена программа внедрения чат-бота, а также предложены макеты сайтов для максимального удовлетворения запросов пользователей из различных кластеров.

Ключевые слова: интернет-коммуникации, SEO-оптимизация, экспертные оценки, чат-бот, кластерный анализ.

Сфера интернет-коммуникаций развивается очень динамично, адаптируясь к изменениям окружающего мира. Важными задачами для крупных предприятий является эффективная организация собственной деятельности, анализ конкурентов и улучшение имиджа компании в сети Интернет. Для мелких же компаний интернет-коммуникации – наиболее эффективный, а иногда и единственный способ рекламирования ввиду гибкости своих инструментов и простоты регулирования бюджета.

В ходе работы были проанализированы основные инструменты интернет-коммуникаций на примере деятельности ОАО «Елема». Помимо простого анализа информации для более полной оценки сайта были привлечены эксперты и рядовые пользователи. По результатам экспертных оценок сайт ОАО «Елема» набрал 4 балла из 5 возможных. Данная информация проверена и подтверждена при помощи коэффициента конкордации ($W = 0,624$), и критерия Пирсона ($\chi^2 = 30,105$), то есть мнения экспертов согласованы. Мнение рядовых пользователей совпало с экспертным: 4 балла из 5 возможных.

Далее было выявлено, что контекстная реклама приводит на сайт 14,4 % трафика, хотя выделяемый бюджет позволяет существенно увеличить данный объем путем более эффективной настройки и корректировки рекламных объявлений. Для маркетинга в социальных сетях характерна положительная тенденция, однако, возможности данной коммуникационной площадки используются не на 100 %.

При выработке практических рекомендаций было предложено исправить обнаруженные недостатки, а также усовершенствовать сайт посредством разработанных макетов, которые бы демонстрировались пользователю в зависимости от его возраста (по теории поколений) и отношения к цене. Восемь потребительских сегментов, выделяемых ОАО «Елема», были сокращены до трех при помощи кластерного анализа в программе SPSS Statistics. Такой подход, даже с учетом затрат, уже через три года обеспечит экономию средств на 1 % и в дальнейшем данный процент будет только расти при прочих равных условиях. Также при помощи метода расстановки приоритетов было определено, какие рекламные площадки приносят наилучший результат в коммуникациях с потребителями женской одежды. Для улучшения деятельности ОАО «Елема» в социальной сети Instagram предложено множество различных актуальных форматов: сторителлинг, нативная реклама, гуманизация и пр.

Также для оптимизации деятельности отдела маркетинга и экономии времени работников предлагается внедрить чат-бот, который позволит сэкономить 3 часа рабочего времени сотрудника в день. С учетом затрат на разработку чат-бота, данное внедрение окупит себя практически в 5 раз уже в течение первого года его использования.

Осуществление практических рекомендаций, приведенных в данной работе, позволит ОАО «Елема» не только экономить средства бюджета в долгосрочном периоде, но и улучшить свои интернет-коммуникации, выделяясь среди конкурентов, а также привлечь новых клиентов и побудить своих потенциальных покупателей совершить покупку в фирменных магазинах и секциях «Елема».

©БГЭУ

БАНК БУДУЩЕГО: ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

К. Д. ДАВЫДЕНКО, Е. Д. ПАНКЕВИЧ

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – К. А. ЗАБРОДСКАЯ, КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ

В процессе научного исследования получили развитие теоретические аспекты и разработка методических положений оценки состояния цифрового банкинга и цифровых технологий информационной безопасности для определения приоритетных направлений их развития в банковской сфере. Определены основные тенденции, проблемы и направления развития мирового цифрового банкинга. Систематизированы основные понятия, классификационные признаки цифровых технологий и выявлены основные направления их использования в банковской деятельности. Представлены результаты исследования мирового опыта развития биометрических и блокчейн технологий и предложены практические рекомендации по развитию цифровых технологий информационной безопасности в банковской сфере Республики Беларусь.

Ключевые слова: цифровой банкинг, цифровой банк, инновации, безналичные расчеты, цифровые технологии, информационная безопасность, биометрические технологии, блокчейн, анализ, тенденции, перспективы развития.

Разработка и внедрение инноваций на основе инфокоммуникационных технологий является одним из ключевых факторов развития информационного общества и банковской системы государства как важной составляющей современной экономики.

Вследствие этого применение биометрических технологий (БТ) защиты информации, основанных на определении уникальных биологических характеристик человека, а также внедрение технологии блокчейн и иных технологий, основанных на принципах распределённости, децентрализации и безо-