

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
ЧЕРЕЗ ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА
И КРИПТОГРАФИЧЕСКУЮ ЗАЩИТУ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА**

И.В. Зенькова, канд. экон. наук, доц.

И.Б. Бураченко, канд. техн. наук, доц.

Д.И. Скрыган, студент

*Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой,
Республика Беларусь*

Цель данного исследования – на основании анализа интернет-маркетинга ОАО «Нафтан» оценить его эффективность и разработать пути повышения. Достижение цели возможно посредством выполнения задач исследования: изучить инструменты интернет-маркетинга предприятия; оценить эффективность интернет-маркетинга предприятия; выявить проблемные моменты интернет-маркетинга ОАО «Нафтан»; разработать направления повышения эффективности интернет-маркетинга ОАО «Нафтан». Новизна результатов исследования заключается в разработке предложений для улучшения эффективности продвижения организации и ее продукции в сети Интернет, что повлечет за собой появление новых потребителей, повысит имидж и конкурентоспособность организации. Экономическая значимость результатов исследования: предложенные пути совершенствования интернет-маркетинга организации приведут новых клиентов и повысит лояльность уже имеющихся партнеров. Методология исследования основана на принципах системного анализа, формальной логики и междисциплинарного научного подхода. При формировании теоретической и практической базы для развития эффективности деятельности предприятия через инструменты интернет-маркетинга и криптографическую защиту электронного документооборота был использован монографический и описательный методы, метод анализа и обобщения, метод анализа статистических данных в краткосрочном анализе. Обоснованы рекомендации совершенствования маркетинговой деятельности предприятия: создание и активное ведение аккаунтов социальных сетей унитарного предприятия; использование таких инструментов интернет-маркетинга как баннерная реклама, email-маркетинг, SMM, принятие активного участия в выставках, ярмарках; обосновано применение криптографических методов для защиты производственных данных и информации о технологических процессах, а также выделены требования к функциональным возможностям разрабатываемого программного продукта криптографической защиты электронного документооборота завода «Полимир» ОАО «Нафтан» (электронная подпись, управление ключами, аутентификация пользователей, цифровые сертификаты, аудит безопасности, совместимость стандартов).

Ключевые слова: *Эффективность деятельности предприятия, интернет-маркетинг, криптографическая защита электронного документооборота*

Актуальность исследования особенностей использования и оценки результативности технологий цифрового маркетинга подчеркивается чрезвычайной важностью для любой организации понимания и наличия системы оценки эффективности маркетинговых мероприя-

тий, анализа их влияния на развитие организации, а также на формирование видения перспектив результативного воздействия на целевую аудиторию при оптимальных затратах.

В исследовании определены стратегические цели экспортной деятельности ОАО «Нафтан». Они таковы: 1) дальнейшая трансформация ОАО «Нафтан» в компанию международного уровня; 2) повышение эффективности сбыта продукции за счет экспорта и прямых продаж конечным потребителям, на основе взвешенной ценовой политики; 3) осуществление комплекса мер, исключающих накопление продукции на складах предприятия, путем расширения поставок на традиционные рынки и поиску новых рынков сбыта. Для достижения данных целей ОАО «Нафтан» ставит перед собой следующие задачи:

1) формирование планов продаж продукции в ассортименте, согласно имеющемуся спросу на рынках с максимально возможными ценами; 2) выравнивание сезонных колебаний спроса на производимую продукцию; снижение влияния конкурентной продукции зарубежного производства на внутренний рынок; 3) организация производства новых конкурентоспособных видов продукции; 4) успешный вывод на рынок новых видов и марок производимой продукции; 5) повышение качества выпускаемой продукции для получения конкурентных преимуществ на приоритетных рынках сбыта [1].

Ценовая политика ОАО «Нафтан» направлена на достижение максимальной эффективности реализации производимой продукции, с учетом наличия достаточного количества конкурентов.

Для того чтобы получить четкую оценку сил предприятия и ситуации на рынке, существует SWOT-анализ. SWOT-анализ ОАО «Нафтан» представлен в таблице 1.

Таблица 1. – SWOT-анализ ОАО «Нафтан»

Сильные стороны	Слабые стороны
1) соответствие соотношения цена-качество; 2) выгодное географическое положение; 3) широкий ассортимент; 4)удовлетворение основных требований покупателя; 5) гарантии исполнения обязательств; 6)наличие квалифицированных инженерных кадров и специалистов; 7)высокое качество производимой продукции; 8)наличие высокотехнологичных производственных мощностей; 9)выпуск продукции в соответствии с международными спецификациями; 10) наличие адаптивного сайта; 11)наличие коммуникаций через социальные сети	1)высокая энергоемкость выпускаемой продукции; 2) выбросы в атмосферный воздух; 3) устаревшие технологии производства; 4)отсутствие собственных сырьевых источников; 5)социальные сети с одинаковым контентом
Возможности	Угрозы
1) выход на новые рынки; 2) модернизация предприятия; 3) появление новой продукции; 4)увеличение объемов реализации на рынках зарубежных стран; 5) привлечение инвесторов	1)снижение уровня покупательской способности потребителей; 2) появление новых конкурентов; 3) зависимость от поставщиков нефти; 4) рост цен на сырье; 5) санкции

Источник: авторская разработка.

Анализ таблицы показал, чтобы усилить слабые стороны предприятия можно через усовершенствование технологического процесса производства. Необходимо реализовать

следующие возможности предприятия: 1) произвести модернизацию предприятия; 2) привлечь инвесторов. Следует ликвидировать или свести к минимуму следующие угрозы: 1) конкурентов (надо сделать свою продукцию конкурентоспособной); 2) зависимость от поставщиков нефти. Наиболее сильной стороной ОАО «Нафтана» является производство продукции высокого качества по приемлемым ценам, а также хорошее географическое расположение завода, которое позволяет экспортировать продукцию в страны Западной Европы.

Таким образом, из проведенного SWOT – анализа можно сделать вывод, что предприятию ОАО «Нафтан» следует придерживаться следующих возможностей стимулирования спроса и конкурентоспособности: модернизация технологических процессов и предприятия; выход на новые рынки; привлечение инвесторов.

В целом, проведенный анализ производственной деятельности ОАО «Нафтан» свидетельствует об устойчивом характере деятельности предприятия, его стабильном финансовом состоянии.

В условиях цифровой трансформации организаций и повышенной конкуренции необходимо постоянное отслеживание и оценка результативности интернет-маркетинговых действий для обеспечения высоких показателей эффективности бизнеса.

Проведенный анализ маркетинговой деятельности ОАО «Нафтан» в сети Интернет позволяет выделить следующие недостатки данной деятельности:

1. Официальные социальные сети предприятия на данный момент являются закрытыми группами. Просмотр информации возможен только после одобрения заявки на вход администратором сообщества, что крайне неудобно и уменьшает посещаемость страниц.

2. Минимальная обратная связь аудитории в социальных сетях.

3. Посты во всех соц.сетях выкладываются ежедневно и в большом количестве. Но все они дублируются в каждую социальную сеть, что и вызывает единичные реакции лайков и комментариев от пользователей.

4. Шаблонный сайт унитарного предприятия «Нафтан-Спецтранс» имеет простой и понятный интерфейс, однако большинство разделов пусты и содержат нерабочие кнопки. Отсутствие адаптации под мобильные устройства.

Унитарное предприятие не ведет свои социальные сети, что является большим упущением в современном мире.

5. Отсутствие актуальных новостей и своевременного обновления на сайте унитарного предприятия «Нафтан-Сервис» такой информации, как новости, специальные предложения на праздники, сезонное обновление меню. Нехватка перенаправляющих ссылок на другие страницы сайта необходимые для доведения покупателя до оформления заказа. Незащищенное подключение к сайту является угрозой для утечки личных данных оставляемых клиентами на сайте при оформлении заказов.

С учетом перечисленных недостатков маркетинговой деятельности ОАО «Нафтан», предлагаются следующие направления совершенствования данной деятельности предприятия:

1. Аккаунты социальных сетей Вконтакте и Инстаграм предприятия необходимо сделать общедоступными. Такие аккаунты помогают предприятию привлечь новых клиентов и увеличить свою аудиторию, демонстрируют открытость и прозрачность, что способствует улучшению общественной репутации предприятия в глазах клиентов и общественности. Облегчают взаимодействие с клиентами и получение обратной связи. Клиенты могут задавать вопросы, делиться своими мнениями и жалобами, что помогает предприятию лучше понять потребности своей аудитории.

В целом, общедоступные аккаунты в социальных сетях помогают предприятию быть более видимым, доступным и ответственным перед своей аудиторией, что способствует развитию и укреплению его позиции на рынке.

2. Для поднятия активности аудитории необходимо проанализировать все опубликованные видео-ролики и понять какой именно контент интересен аудитории и вызывает больший интерес. В Инстаграм газета публикует видео-обзоры свежих выпусков, однако видеоряд плохого качества и не удерживает внимание подписчиков. Для поднятия активности это необходимо исправить.

Публикация уникального контента для каждой социальной сети, без повторения и дублирования информации. Разнообразный контент помогает привлечь и удержать внимание пользователей, так как различные виды контента будут интересны разным людям, привлечь новых подписчиков. Уникальный контент позволяет показать разные стороны предприятия и подчеркнуть его ценности, цели и миссию, что способствует укреплению имиджа и доверия к компании, способствует увеличению вовлеченности аудитории. Организации стоит определить цели для каждого аккаунта, и изменить подход в ведении социальных сетей.

3. Устранение технических ошибок сайта унитарного предприятия «Нафтан-Спецтранс». Наполнить пустые разделы сайта информацией. Устранение неработающих кнопок. Обновить дизайн до более современного, интересного, привлекательного визуально. Внешний вид важен для комфорта восприятия информации у пользователя. Адаптировать под мобильные устройства, что сделает удобным ознакомление с информацией сайта через телефон.

4. Создание и активное ведение аккаунтов социальных сетей унитарного предприятия «Нафтан-Спецтранс» для повышения узнаваемости и ознакомления клиентов с предоставляемыми услугами. Новым клиентам будет проще находить предприятие и понимать, чем оно занимается, а рабочим быть в курсе новостей и событий происходящим в организации.

5. Своевременное обновление новостной информации сайта унитарного предприятия «Нафтан-Сервис». Что обеспечит осведомленность клиентов о новых продуктах, акциях, специальных предложениях. Обеспечение безопасным подключением сайт, для сохранности оставленных личных данных пользователей.

6. Использование таких инструментов интернет-маркетинга как баннерная реклама, email-маркетинг, SMM, принятие активного участия в выставках, ярмарках.

7. Обосновано применение криптографии на данном заводе, которое позволяет выявить особенности и преимущества использования криптографических методов для защиты производственных данных и информации о технологических процессах, выделены требования к функциональным возможностям разрабатываемого программного продукта криптографической защиты электронного документооборота завода «Полимир» ОАО «Нафтан» (электронная подпись, управление ключами, аутентификация пользователей, цифровые сертификаты, аудит безопасности, совместимость стандартов).

Список использованных источников

1. ОАО «Нафтан» стало лауреатом конкурса «Лучший экспортер 2021 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gazeta.naftan.by/oao-naftan-stalo-laureatom-konkursa-luchshij-eksporter-2021-goda>. – Дата доступа: 15.05.2024.