

Целью проведенного нами исследования является изучение потенциальной эффективности используемых конкурирующими предприятиями интернет-сайтов. Методами исследования являются наблюдение, анализ, метод сравнения, обобщения, экспертный, расчетно-конструктивный.

Для проведения исследования были разработаны критерии оценки веб-сайтов, шкала баллов – от 1 до 5 (5 – полностью удовлетворяет критерию, 1 – полностью отсутствует). Объектом анализа стали веб-сайты кондитерских предприятий, конкурирующих с ОАО «Красный пищевик» и специализирующихся на производстве зефира и мармелада из Республики Беларусь (Берестейский пекарь, Шоколадово, Красный пищевик, Красный мозырянин), Российской Федерации (Красный октябрь, Славянка), а также Украины (ROSHEN).

Результаты исследования веб-сайтов конкурирующих предприятий, специализирующихся на производстве зефира, показали, что самый лучший сайт у бренда «Красный пищевик», однако данному предприятию необходимо уделить внимание наличию обратной связи с клиентами. Брендам «Красный мозырянин», «Шоколадово» и «Берестейский пекарь» - на привлекательность (наличие фото, видео товара, фото клиентов и персонала), дополнительные возможности (наличие развлечений, маркетинговых аспектов). Компания ROSHEN набрала наименьшее итоговое количество баллов и помимо вышесказанных рекомендаций необходимо также уделить внимание на информативность сайта.

Анализ веб-сайтов конкурентов, производящих мармелад (Красный октябрь, Славянка, Красный мозырянин, Красный пищевик, ROSHEN), показал, что веб-сайты предприятий «Красный октябрь» и «Красный пищевик» набрали одинаково высокие баллы. Однако обоим брендам следует уделить внимание наличию обратной связи. Предприятиям Славянка и Красный мозырянин необходимо добавить на веб-сайт дополнительные возможности (наличие развлечений, маркетинговых аспектов). Также рекомендуется дополнить веб-сайт возможностями осуществления онлайн-покупки, онлайн-диагностики возникающих проблем при использовании товара, а также возможности отслеживания статуса заказа и его расположения.

УДК 339.13:004.738.5

ОВСЯНИК Д.В., студент

Научный руководитель **ЛЮБЕЦКИЙ П.Б.**, ст. преподаватель

УО «Белорусская государственная орденов «Октябрьской революции и Трудового Красного Знамени» сельскохозяйственная академия», г. Горки, Республика Беларусь

ИЗУЧЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ К ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТОЛОГАМ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ ТРУДА

Интернет-маркетинг – это комплекс мероприятий по продвижению и продаже на рынке товаров и услуг с помощью сетевых технологий Интер-

нет. Актуальность изучения данной сферы маркетинга очень высокая. Целью проведенного нами исследования является определение перечня сфер компетенций современного интернет-маркетолога, востребованного на белорусском рынке труда в настоящее время. Методами исследования являются монографический, исторический, наблюдения, экономико-статистический и графологический. Исследование современной сущности интернет-маркетинга показывает, что его основу составляют следующие виды деятельности: поисковой и мобильный маркетинг; социальный маркетинг; интернет-реклама; контент-маркетинг; e-mail-маркетинг. Для проведения исследования нами были проанализированы 62 вакансии интернет-маркетолога, информация о которых была размещена на сайте www.job.tut.by за период исследования с 20.01.2017 по 16.02.2017.

Анализ требований к интернет-маркетологам показал, что среди сфер их деятельности можно выделить 21 направление, которые присутствуют в запросах работодателей. Наиболее востребованными у работодателей является реклама в социальных сетях (56,5%), а также анализ эффективности (54,8%) и SEO (поисковая оптимизация сайта) (48,4%). Высокой востребованностью характеризуются также знания в сфере Яндекс.Метрики (46,8%) и Google.Analytics (45,2%). Чаще других востребована квалификация в таких сферах, как каналы Интернет-рекламы (32,3%), знание Adobe Photoshop (19,4%). Дополнительными компетенциями интернет-маркетолога являются копирайтинг и создание интернет-рекламы (16,1%), знание Excel и работа с поисковыми компаниями (14,5%), умение работать с Corel Draw (11,3%), закупка трафика (9,7%). Реже востребована компетентность в таких сферах, как разработка сайтов, оптимизация сайта, программирование (6,5%).

Проведенное исследование показало, что в настоящий момент на белорусском рынке труда востребованы интернет-маркетологи с компетенциями в основном в областях аналитики, креатива и маркетинга. Это обусловлено активным использованием интернет-маркетинга в качестве экспериментального и прогрессивного инструмента современного бизнеса. Результаты исследования показывают те сферы, на которые необходимо обратить особое внимание будущим специалистам в области интернет-маркетинга для построения успешной карьеры.