

тия / А.В. Данильченко, И.А. Зубрицкая, К.В. Якушенко // Белорусский национальный технический университет. – Минск: Право и экономика, 2019. – 246 с.

2. Ковалев, В.В. Финансовый менеджмент в вопросах и ответах / В.В. Ковалев, В.В. Ковалев. – 2-е издание. – Москва: Издательство Проспект, 2018. – 336 с.

3. Сапун, О.Л. Логистический подход на предприятиях агропромышленного комплекса / О.Л. Сапун, О.С. Евлаш // Экономика. Управление. Инновации. – Минск: МИУ, 2022. – №1. – С. 26–32.

УДК 338

Евгений Лагутин
(Российская Федерация)

Научный руководитель А. И. Попов, к.пед.н., доцент
Тамбовский государственный технический университет

СИСТЕМА ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА

Удовлетворение возрастающих потребностей населения в качественных товарах предполагает активное развитие малого и среднего бизнеса в области агропромышленного комплекса и легкой промышленности. Вследствие внешнеполитических ограничений в настоящее время востребованной становится продукция отечественных производителей, соответствующая передовым научным достижениям и тенденциям потребительских ожиданий. Интенсивная цифровизация всех экономических процессов и полный переход в информационное пространство ряда этапов реализации произведенной продукции детерминируют направленность на создание системы информационной поддержки продвижения товара к потребителю [1].

Необходимость снижения внепроизводственных расходов при обеспечении населения товарами легкой промышленности предполагает переход от создания фирменных магазинов к активной Интернет торговле, причем не только через сайты-агрегаторы, но и собственные. Качество используемых при этом цифровых технологий и продуктов будет во многом определять и эффективность маркетинговой политики предприятия, и возможность быстрого

получения покупателем достоверной информации о товаре, и соответственно его удовлетворенность процессом покупки.

Основой системы информационной поддержки продвижения товара станет собственный сайт компании, который должен быть и достаточно оригинальным, и эстетичным для первичного привлечения потребителей, и удобным для выбора товара и совершения покупки, и дешевым при создании и использовании, чтобы не увеличивать себестоимость продукции. В рамках создания системы информационной поддержки был разработан сайт для предприятия малого бизнеса по производству эксклюзивной женской одежды и специальной рабочей одежды. Такой разброс в целевых рыночных сегментах, на которые ориентировано производство, обусловил принципы разработки сайта.

1. Различие двух сайтов состоит в «красочности» дизайна, а также наличии отдельных элементов. Сайт женской одежды должен не только продавать одежду, но и показывать её привлекательность и востребованность. Он должен иметь раздел «Лукбук» – отдельную страницу, посвящённую стильным сочетаниям из того, что делает компания. Дизайн более непосредственный. На сайте же спецодежды всё более строго и линейно, человек пришёл купить себе вещи для работы. Ему достаточно посмотреть в карточку товара, чтобы узнать, что этот товар из себя представляет и какими свойствами обладает.

2. В ПК-версии сайта нужно использовать картинки низкого качества для увеличения скорости загрузки страницы, но ввиду большой производительности компьютера, можно добавлять большое количество различных декораций и функционала, самое главное – не сделать страницу слишком загромождённой. Следуя современным требованиям, целесообразно делать больше «геометрических» элементов, и держать структуру в порядке. Следует использовать «Сетку», с помощью которой блоки сайта можно распределить по «колонкам», таким образом упорядочивая их и соблюдая между ними равное расстояние. Размер шрифта должен быть распределён по уровням важности заголовков и должен для этих уровней быть постоянным.

3. У мобильной версии есть ограничение в виде производительной мощности телефона и размера его экрана. Необходимо сделать дизайн максимально лаконичным, а картинки оптимально

уменьшить в размере. Нужно больше внимания уделять функциональным элементам, порой отбрасывая некоторые дизайнерские решения, в том числе и лишние плагины, которые порой могут даже и не работать на мобильной версии. Из-за вытянутости телефонного экрана в вертикаль, приходится полностью перестраивать сайт, чтобы соблюсти новый формат.

Список использованных источников

1. Романенко, А.В. Об основах управления «Точно в срок» на предприятиях ЖКХ / А.В. Романенко, А.И. Попов, М.А. Кулакова // Глобальный научный потенциал. – 2019. – №9. – С. 115–118.

УДК 378.1

Евгений Лагутин
(Российская Федерация)

Научный руководитель А. И. Попов, к.пед.н., доцент
Тамбовский государственный технический университет

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Инновационное обновление производства предполагает наличие в агропромышленном комплексе квалифицированных кадров, готовых как осуществлять востребованные в настоящее время трудовые функции, так и активно включаться в новаторские проекты по внедрению новых технологий получения и переработки сельскохозяйственной продукции. Динамичное обновление производства предопределяет востребованность непрерывного профессионального совершенствования работников отрасли [1].

В тоже время и специфика работ, и отсутствие возможности полноценного финансирования дополнительного образования делают затруднительной реализацию программ повышения квалификации в очном формате. При наличии понимания, какие знания необходимы, становится предпочтительным неформальное образование с использованием возможностей цифровой образовательной среды. Это делает актуальными задачи формирования индивидуального образовательного трека на основе цифрового компетентно-