

компонент стратегии цифрового маркетинга территории – это наблюдение параметров реализации всех выполняемых проектов, а также оценка прогресса.

Так, в современном мире невозможно достичь охвата и поддержки широкой аудитории без территориального маркетинга в цифровом пространстве, что обуславливает дальнейшее активное развитие цифрового маркетинга территорий. При этом все большая часть бюджета маркетинга территорий может быть потрачена на реализацию проектов по продвижению бренда территории в цифровом пространстве.

#### Список использованных источников

1. Аношкин, А. А. Маркетинг территории в интернет-пространстве / А. А. Аношкин // Проблемы современной экономики. – 2014. – № 2. – С. 273–275.
2. Иванов, Н. А. Территориальный маркетинг в эпоху развития цифрового пространства: особенности, проблемы и перспективы / Н. А. Иванов // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2017. – Том 7. – № 3А. – С. 119–133.

УДК 658

## РАЗВИТИЕ РЫНКА РЕМСЛЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ ГОРОДА НАМАНГАНА

*Азизова Р.Б., студ., Солиева Г.А., доц.*

*Наманганский инженерно-технологический институт,  
г. Наманган, Республика Узбекистан*

Реферат. В статье рассмотрены основные особенности рынка ремесленных изделий города Намангана. В условиях стремительного проведения социально-экономических реформ в нашей стране большое внимание уделяется дальнейшему развитию рынка ремесел и ремесленных изделий. Вся трансформация общественной жизни, созданная трудовыми навыками предков нашего талантливой народа, традиционным укладом жизни и национальными ценностями требует последовательного научного исследования.

Ключевые слова: ремесло, рынок ремесленных изделий, ремесленный сектор, ремесленник, виды ремесел.

На основе сформировавшегося тысячелетиями опыта народных промыслов, на социально-духовной основе развития ремесел в соответствии с традиционным народным искусством был принят ряд указов и постановлений, способствовавших постепенному развитию этой области в годы независимости по инициативе Президента Республики и правительства. Это важный этап в процессе народных промыслов и декоративно-прикладного искусства, особенно в деле восстановления некоторых забытых видов и отраслей народных промыслов и их дальнейшего развития.

В связи с этим приняты ряд нормативных документов и определены задачи, подлежащие выполнению. В них, в городах и районах с широким развитием народных промыслов и творческих традиций, создавать центры развития ремесел, восстанавливать и развивать уникальные виды ремесел, формировать рыночную инфраструктуру снабжения потребителей ремесленной продукцией; предусматривается организация и координация реализации в регионах мероприятий по стимулированию экспорта продукции народных промыслов, содействие в представлении продукции национальных ремесел на выставках и ярмарках, проводимых в зарубежных странах, и реализация ряда подобных мероприятий.

Однако есть ряд проблем, которые еще ждут своего решения в плане развития ремесленного сектора и ремесленного рынка – обеспечение ремесленного сектора современными технологиями, финансовая поддержка, повышение качества ремесленной продукции и ориентация на экспорт, развитие связей мастеров на международном уровне, совершенствование системы обмена информацией и т. д. Поиск решения этих проблем представляет актуальность нашего исследования.

Регистрация, каталогизация и инвентаризация центров традиционных народных промыслов, ремесленников, изделий художественных традиций на сегодняшний день является актуальным вопросом не только в Узбекистане, но и в мировом сообществе. Поэтому научное изучение традиционных ремесел, углубленное изучение художественно-

технологических особенностей ремесел в отдельных центрах и регионах, выявление народных мастеров и утраченных ремесел, а значит восстановление и развитие самобытных традиций ремесел является актуальной задачей.

Например, из-за сильного внимания к художественному ремеслу этот сектор очень прибылен на местных и зарубежных рынках. Это, в свою очередь, положительно влияет на формирование и развитие ремесленного рынка.

Сегодня в Наманганской области производится несколько видов ремесленных изделий, формируется и развивается рынок ремесленных изделий. Среди них – изготовление авторской мебели, пошив национальных костюмов, вышивка, пошив головных уборов, вышивка цветов на марле, изготовление изделий из металла (в том числе жестяных изделий, ворот, предметов быта), пошив специальной одежды, изготовление цветов из жемчуга вручную, изготовление искусственных цветов и украшений различных размеров, пошив и подготовка текстильных изделий, постельных принадлежностей, столовых приборов, изготовление фарфоровых и керамических изделий, изготовление народных художественных промыслов из дерева, украшений из драгоценных металлов и так далее.

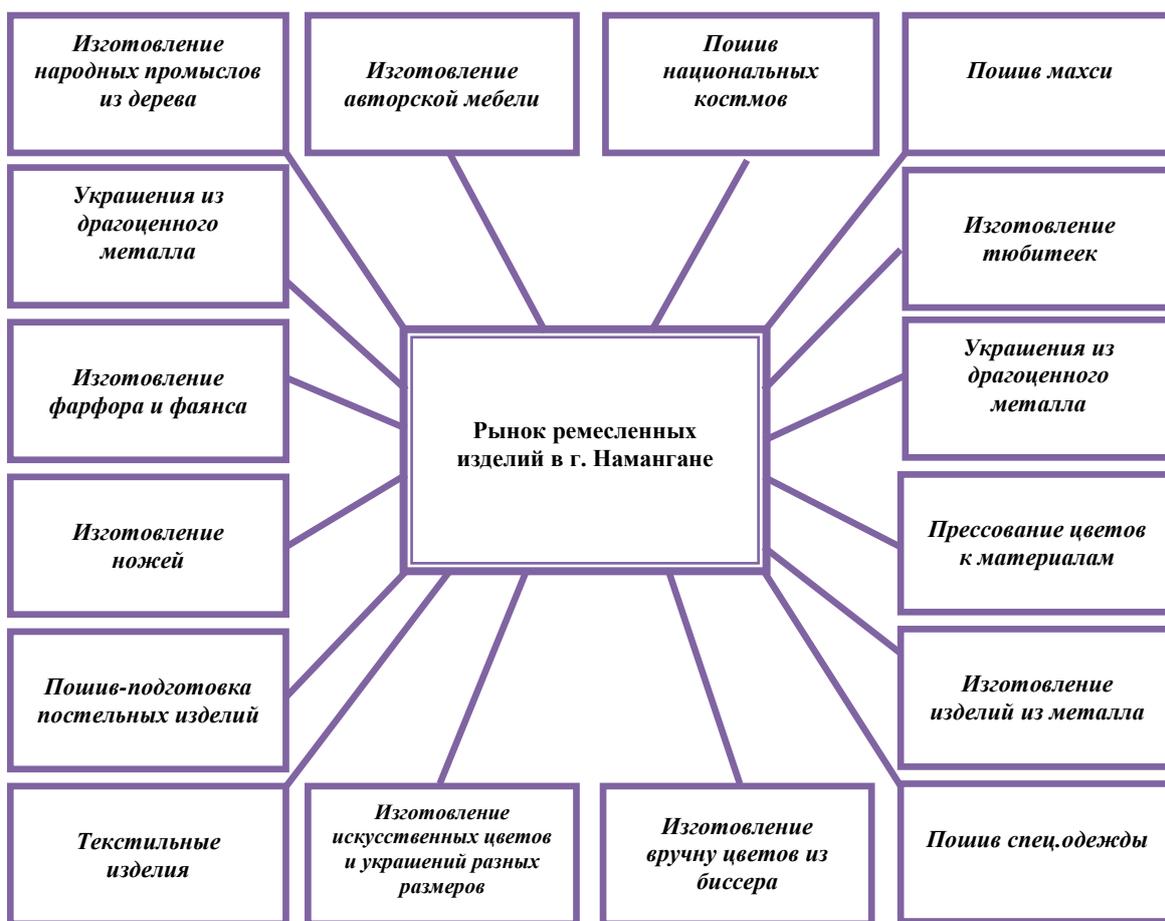


Рисунок 1 – Ремесленные рынки, сформированные в г.Намангане

Следует отметить, что основными потребителями ремесленной продукции являются иностранцы, определенная часть интеллигенции, связанной с традиционной культурой, также широко использует этот вид товаров, на местных рынках существует спрос на ремесленные товары, а ремесленники стараются экспортировать продукцию за границу.

Рынок – это определенный критерий, показывающий процесс развития ремесла. В настоящее время большим спросом на рынках пользуются текстильные изделия (вышивки, ковры, ткани, халаты из ниток, тюбитейки), керамика, а также сумки, косметички, сшитые вручную наволочки, одежда из национальных тканей в безупречном дизайне. Новые виды тканей, разработанные мастерами нашего края, созданные из традиционного шелка и коконов с творческим подходом, уже стали рыночным товаром.

Для формирования и развития рынка ремесленной продукции особое значение имеет дальнейшее укрепление связей дружбы и сотруничества между разными народами,

укрепление культурно-гуманитарных связей на международном уровне, сохранение и восстановление профессиональных традиций и ремесленных школ, передающихся из поколения в поколение.

Несколько сотен ремесленников представляют результаты на ремесленных рынках города Намангана. Сегодня в нашей области работают 3150 активных ремесленников. В январе-декабре 2022 года планировалось создать 3 310 постоянных рабочих мест, но на практике было создано 5 993 (181,1 %) новых рабочих места (за счет 845 новых мастеров и 5 148 учеников).

В соответствии с исполнением постановления Президента Республики Узбекистан «О мерах по ускоренному развитию и поддержке гончарства» от 23 марта 2021 года № ПП-5033 создан адресный список для организации реализации гончарных изделий в ремесленных центрах, крупных торговых комплексах, объектах, включенных в туристический маршрут и рынках в г. Наманган.

В 2022–2023 годах выделение льготных кредитов на проекты женского малого бизнеса, предоставление субсидий на дальнейшее развитие ремесел, организация центров и кластеров женских ремесел в каждой области, совершенствование деятельности центров женского предпринимательства, принятие мер по открытию региональных центров, женщин-предпринимателей – проведен ряд мероприятий Наманганской областной администрации объединения «Хунарманд» по поддержке реализации продукции, произведенной женщинами, обучению женщин предпринимательству и привлечению их к бизнесу.

Общее количество ремесленников, работающих в Наманганской области, составляет 2221 человек, из них 644 женщины. В том числе в г. Наманган 63 человека, в Касансайском районе 34 человека, в Мингбулакском районе 29 человек, в Наманганском районе 53 человека, в Норинском районе 60 человек, в Папском районе 22 человека, в Туракурганском районе 29 человек, в Уйчинском районе 20 человек и др. женщин-ремесленниц.

Из них 53 женщины-ремесленницы получили льготные кредиты с целью дальнейшего расширения и развития своей трудовой деятельности, 644 мастера-ремесленницы организуют обучение по традиции «Мастер-ученик» для безработных женщин и молодежи, изъявивших желание обучиться ремесленному делу.

В результате обучения ученицы-женщины становятся самозанятыми, начиная свою собственную деятельность. В целях поддержки женщин, включенных в «Реестр женщин», им была оказана практическая помощь в организации ремесленной деятельности путем трудоустройства и обучения на краткосрочных курсах по традиции мастер-подмастерье.

19–21 августа 2022 года была проведена выставка «Ташкентские сувениры», 11–12 ноября 2022 года в г. Самарканде проведена выставка, организованная в рамках Саммита Организации тюркских государств, где женщины ремесленницы участвовали со своими изделиями. Кроме того на ярмарках труда, проводимых в нашей области, совместно с Департаментом по делам семьи и женщин, приняли участие 50 женщин-ремесленниц со своими изделиями на фестивалях «Зеркало нации», «Хон Атлас».

Производство ремесленной продукции в регионе и развитие ее рынка имеют социально-экономическое значение, во-первых, оно удовлетворяет потребности населения, во-вторых, является источником дохода и служит благосостоянию населения. Исследования как теоретических, так и практических аспектов развития ремесел и ремесленного рынка показывают, что большинство ремесленных рынков развиваются на основе знаний, полагаясь на человеческий капитал для решения сложных проблем и разработки новых идей, товаров, услуг и бизнес-моделей.

В заключение можем отметить следующее:

- быстро развивается ремесленный рынок за счет малых предприятий и частных предпринимателей;
- вовлечение населения в ремесленное производство развивает их самостоятельную деятельность, позволяет человеку проявить свои личностные особенности, помогает ему найти свое место в обществе и вступить в рыночные отношения;

Для дальнейшего развития ремесленного дела и ремесленных рынков считаем целесообразным реализовать следующее:

- организация семинаров с участием опытных мастеров с целью привлечения населения к ремеслам в районах, где ремесла менее развиты;
- оказывать помощь в изучении, анализе и совершенствовании деятельности школ мастеров-учеников под руководством женщин-ремесленников;
- оказание помощи женщинам, начинающим заниматься ремеслом, особенно

проживающим в сельской местности, в получении льготных кредитов;

– при реализации таких изменений необходимо обучать ремесленников на различных тренингах, по маркетингу и брендингу; содействовать сотрудничеству в отрасли, поддерживая и помогая ремесленникам.

#### Список использованных источников

1. О мерах по дальнейшему развитию ремесленничества и всесторонней поддержки ремесленников: Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5242. 17 ноября 2017 г.
2. О мерах по дальнейшему улучшению бизнес-среды и совершенствованию системы поддержки предпринимательства в стране: Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-4525. 20 ноября 2019 г.
3. О мерах по созданию благоприятных условий для дальнейшего развития ювелирной промышленности: Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-4998. 22 февраля 2021 г.

UDC 651.1

## ENGAGEMENT RATE IN SOCIAL MEDIA MARKETING

***Volosovich E.S., stud., Malashonok U.A., stud., Perepelitsa L.A., lect.***

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics,  
Minsk, Republic of Belarus*

***Abstract.** The relevance of the topic is justified by the fact that the success of any Instagram account is dependent on the involvement of the audience in its content. The purpose of this work is to present and study the marketing toolkit and different techniques aimed to increase the indicator of audience involvement of the Instagram account.*

**Keywords:** ER, Instagram, audience, followers, SMM, coverage, account, stories.

Currently, Social Media Marketing is one of the key marketing tools for effective promotion of web pages. SMM is a set of measures aimed at attracting attention to a particular company of Internet users through social networks. According to statistics in the Republic of Belarus, 49 % of the population (4.67 million) are active users of social networks [1].

Attractive content forms the interest of users in the brand, increases loyalty and creates the basis for thematic communication of the target audience, thereby increasing the market share of the company and sales growth.

Social networks for many users become the main source of information about the company. The study confirmed and made it possible to identify the attitude of the target audience to social networks. About 38% of students spend approximately 4–6 hours a day on social mesh. They spend this time online, leaving comments, rating posts, viewing stories, chatting with friends. There is also a part of students who use networks to obtain information.

SMM is becoming larger today, but many still do not fully understand its value. A common misconception is that social media marketing is just an entertainment for customers and followers. However, it is a whole complex of activities aimed at promoting in social networks and solving business problems. In the course of the study, it's turned out that students spend time not only for personal purposes, but also for commercial use, making purchases and visiting business accounts.

The effectiveness of SMM activities can be assessed using such metrics as Engagement Rate (ER) or audience engagement. Social media engagement can be gauged through comment arias, shares, likes, or some other interaction with any kind of content. Typically, total engagement is the number of reactions, comments, views, likes, retweets, and even the number of clicks, depending on the platform you choose. Total engagement is calculated using Formula 1:

$$ER = \frac{\text{likes} + \text{comments} + \text{reposts}}{\text{engagement}} \times 100\% \quad (1)$$

In this case, Engagement rate is a metric that measures the number of interactions generated by content in relation to each of the following metrics: engagement rate by reach, engagement rate by impressions, engagement rate by views, engagement rate by post. A description of each criterion for dividing the engagement ratio is discussed in Table 1.1: