

## Источник

1. Шилкина, А. Т. Управление рисками в системе менеджмента качества промышленного предприятия: региональный аспект / А. Т. Шилкина, А. Г. Савкин // *Фундамент. исслед.* — 2015. — № 74. — С. 857–862.

<http://edoc.bseu.by>

**Е. А. Отвалко**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — О. Ю. Остальцева, канд. экон. наук, доцент*

## ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ОСНОВА ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ

Рекламная кампания — это комплекс спланированных рекламных мероприятий, объединенных общей целью и направленных на распространение информации, продвижение предприятия и решение его проблем.

В настоящее время рекламная кампания субъектов рынка сочетает в себе как традиционные, так и прогрессивные формы продвижения. К наиболее актуализированным прогрессивным формам продвижения сегодня относится интернет-продвижение. Цель интернет-продвижения состоит в увеличении продаж товаров и (или) услуг, как посредством онлайн-продажи — через интернет, так и офлайн-продажи — с использованием традиционных каналов продаж [1].

Минское районное унитарное предприятие «Агрокомбинат «Ждановичи» (далее — МРУП «Агрокомбинат «Ждановичи») является сельскохозяйственным предприятием и находится в ведении Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. Анализ и оценка эффективности рекламной кампании МРУП «Агрокомбинат «Ждановичи» позволили установить тенденцию преобладания инструментов интернет-продвижения над традиционными формами. Однако следует отметить и ряд определенных проблемных аспектов в практической реализации инструментов интернет-продвижения организации. Основным инструментом интернет-продвижения организации является официальный сайт. Сайт русскоязычный, возраст домена — 10 лет, 225 дней, размер страницы — 19,86 КБ, индекс качества сайта (ИКС) — 150 (показатель востребованности сайта пользователями по данным сервисов Яндексa). Общее число визитов сайта в анализируемом периоде с 26.10.2019 по 26.10.2020 г. составило 18 240 посетителей. Стоимость сайта — 17 028 руб. За год посещаемость сайта компании, где представлена продукция, составила 18 240 чел., а за последний месяц 2020 г. — 1520 чел. Таким образом, в среднем в квартал в 2019 г. сайт посещало 122 чел., показатель I квартала 2020 г. на 19,2 % меньше. Добиться роста посещаемости

русскоязычной версии сайта удалось за счет грамотно проделанной работы с материалами и правильно настроенными метатегами с учетом ключевых запросов пользователей [2].

Следует отметить, что сайт организации служит скорее информационным носителем, чем является конкретным инструментом продажи. Основными виртуальными конкурентами на рынке являются владельцы следующих доменов: <http://akd.by/> — ОАО «Агрокомбинат «Дзержинский»; <https://dorors.by/> — «ДорОРС» — это интегрированный холдинг с крупнейшей в стране торговой сетью; <http://www.belmoris.by/> — ОАО «Беловежский». Наряду с продвижением через официальный сайт организация использует при реализации интернет-продвижения социальные сети (ВКонтакте, Telegram, Instagram). К основным направлениям совершенствования работы официального сайта организации следует отнести необходимость улучшения качества информационного наполнения и поисковое продвижение версии сайта, лидогенерации сайта, следует применить инструменты электронной рассылки информационных материалов и специальных предложений.

### Источники

1. Продвижение, реклама и продажа услуг в Интернете [Электронный ресурс] // Beseller. — Режим доступа: <https://beseller.by/blog/prodvizheniye-i-prodazha-uslug-v-internete/>. — Дата доступа 18.11.2020.

2. Агрокомбинат «Ждановичи» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://akz.by/>. — Дата доступа 18.11.2020.

<http://edoc.bseu.by>

**В. А. Панковец, М. А. Брусникова**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — Н. Е. Свирейко, канд. экон. наук, доцент*

## ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ

Вложение денежных средств в объекты недвижимости всегда пользовалось большой популярностью — это не только отличный способ сохранить капитал, но и существенно приумножить его.

Все мы хотим жить в максимально комфортных условиях, поэтому факторы, определяющие привлекательность объектов недвижимости, важны для нас. Выбирая себе дом или квартиру, в первую очередь мы обращаем внимание на следующие факторы:

- внешний вид объекта;
- расположение объекта, его историческая и архитектурная привлекательность (престижность);
- этажность здания;