

| 1 | 2 | 3 |
|------------|---|--|
| «Мегаплан» | Неограниченное облачное хранилище, хорошо проработанный документооборот, хорошая интеграция с другими сервисами | Сложный интерфейс, плохая реализация отчетов |
| 1С:CRM | Интеграция с учетными программами 1С, выгодная цена, широкий комплект функций, предназначенных для малого предпринимательства | Сложный интерфейс, много избыточной информации |

Источник: собственная разработка.

Исследование показало, что к самым бюджетным системам можно отнести AmoCRM, «Мегаплан» и 1С:CRM. Самой функциональной системой является «Битрикс24». Если на первом месте стоит простота использования, то стоит выбрать AmoCRM или «Мегаплан».

А. А. Никитина

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

РЕКЛАМНАЯ ИГРА КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО СТИМУЛИРОВАНИЯ СПРОСА

В настоящее время торговые организации используют различные средства стимулирования потребительского спроса. Одним из действенных способов повышения покупательской активности населения является проведение рекламных игр, которые организуются с целью стимулирования реализации товаров (работ, услуг). Участники рекламной игры, выполнившие условия, установленные проводящей это мероприятие организацией (организатором акции), получают денежные призы и подарки.

В Республике Беларусь наиболее известной рекламной игрой является игра «Удача в придачу!», которую проводит сеть магазинов «Евроопт» ООО «Евроторг». В рекламной игре могут принять участие покупатели, которые приобрели акционный товар на 2 руб. в чеке. Как известно, игра «Удача в придачу!» проводится с финансовой поддержкой поставщиков-спонсоров. Благодаря игре продажи «товаров удачи» этих поставщиков увеличиваются в несколько раз, что выгодно как поставщикам, так и сети.

За несколько лет проведения этой игры участие в ней приняло более миллиона человек. На сайте «Евроопт» размещены отзывы победителей рекламной игры, согласно которым можно понять, что данный метод стимулирования продаж не только выгоден организации, проводящей подобного рода мероприятия, но и интересен ее участникам.

С недавнего времени в гипермаркетах «Евроопт» на кассе также выдаются скретч-карты для моментального розыгрыша призов. В качестве призов победители рекламной игры могут получить денежные призы в размере 50, 40 и 30 тыс. руб., квартиру в Минске, автомобиль и большое число денежных сертификатов на совершение покупки в сети магазинов «Евроопт».

Таким образом, рекламные игры являются достаточно эффективным средством, стимулирующим покупательский спрос и увеличивающим выручку торговой организации.

А. А. Никитина, В. А. Зеленская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л.С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

СОВРЕМЕННЫЕ СПОСОБЫ ЗАРАБОТКА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Актуальность заработка в интернете обуславливается общедоступностью, возможностью получать деньги, не покидая собственную квартиру. Ведение личного блога может приносить заработок. Доход блогера не ограничен. Самый популярный вариант — канал с видеоконтентом на YouTube, с которым соперничают TikTok, социальные сети и мессенджеры. Заработок блогера зависит от количества просмотров как самого канала, так и рекламы, которую будут показывать пользователям. В русскоязычной части YouTube платят от 50 центов до 5 дол. США за каждую тысячу просмотров.

Так же работают и соцсети. За размещение информации о товаре рекламодатель платит владельцу аккаунта или канала определенную сумму, поэтому страницы с большим количеством подписчиков приносят хороший заработок. Стоимость рекламы варьируется в зависимости от количества подписчиков и охватов у рекламного аккаунта (в среднем от одного до нескольких сотен тысяч долларов).

Копирайтинг и написание статей. Копирайтер — человек, который занимается написанием оригинальных статей, в том числе рекламой товаров в сети Интернет. Он занимается написанием оригинальных статей, в том числе о рекламируемом товаре. Исполнитель получает или же выбирает заказ на написание оригинальной статьи. За выполнение этого заказа он получает оплату. Наиболее успешными