

## САЙТ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ АГРОПРОДУКЦИИ

**Абаева В.П., студентка 4 курса факультета агротехнологий,  
земельных ресурсов и пищевых производств  
Научный руководитель – Бунина Н.Э.,  
кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ**

**Ключевые слова:** сайт, продвижение, интернет-маркетинг, системы управления контентом, электронная коммерция, агрономия, интернет

*В статье рассматривается применение интернета как важного инструмента для развития бизнеса, в том числе в сфере сельского хозяйства. Особое внимание уделено использованию собственных сайтов для продвижения продукции сельского хозяйства. Рассматриваются преимущества интернет-маркетинга, роль систем управления контентом (CMS) в создании и управлении сайтами.*

Сегодня интернет стал неотъемлемой частью повседневной жизни миллионов людей по всему миру, выступая в роли многофункционального инструмента практически во всех аспектах человеческой деятельности. Постоянно расширяя своё влияние, всемирная паутина приобрела особую значимость для бизнеса, способствуя развитию электронной коммерции, созданию виртуальных торговых площадок и предоставляя широкие рекламные возможности. Всё это привело к увеличению экономических взаимодействий в информационной среде.

Сельское хозяйство также начинает активно осваивать потенциал глобальной сети для повышения эффективности производства и сбыта продукции [1]. Одним из важнейших инструментов здесь выступает собственный сайт, который играет ключевую роль в продвижении сельскохозяйственной продукции. Всемирная сеть стала не просто глобальной коммуникационной средой, но и действенным бизнес-

инструментом. Успехи компаний всё чаще зависят от эффективного использования информационных технологий и интернета.

Интернет-маркетинг представляет собой комплекс мер, направленных на улучшение позиций интернет-ресурсов в поисковых системах, увеличение числа посетителей и, соответственно, привлечение новых клиентов.

По мнению экспертов, к 2025 году через интернет будет продаваться до 10% такой сельскохозяйственной продукции, как молоко, мясо, овощи и ягоды. Поэтому для предприятий АПК так важно иметь свой сайт [2]. Сайт компании — это важный канал для потенциальных клиентов и партнеров. Особенно для B2B-сегмента, где традиционные маркетинговые методы не всегда помогают заинтересовать целевую аудиторию.

Предприятия АПК создают сайты с целью решения следующих задач: получить возможность расширить рынок сбыта; сформировать лояльность бренду; миновать посредников при реализации продукции; снизить издержки на хранение за счет быстрого оборота [2].

Бесплатные системы управления контентом (CMS) пользуются большой популярностью. CMS — это специальные программы с интуитивно понятным интерфейсом, предназначенные для создания и управления содержимым веб-сайта. Они работают по принципу конструктора, позволяющего легко собирать структуру сайта, настраивать его дизайн и добавлять контент.

До появления CMS для создания сайта требовались глубокие знания веб-технологий и языков программирования (например, HTML, CSS, PHP, JavaScript), а также дизайнерские навыки. Однако с развитием открытых платформ CMS ситуация кардинально изменилась. Сегодня каждый пользователь может самостоятельно разрабатывать сайты с функционалом и внешним видом, сравнимыми с теми, что предлагают профессиональные студии.

Тем не менее, следует помнить, что любая CMS, несмотря на свою универсальность, обладает некоторыми ограничениями. Поэтому не стоит ожидать, что она сможет удовлетворить любые запросы касательно внешнего вида и функциональности сайта.

Для продвижения сайта недостаточно разработать красивую «картинку» вашей страницы в интернет-пространстве и рассказать о

продукции — нужно создавать материалы, которые будут полезны для специалистов АПК. На основе этого подхода была разработана стратегия контентного продвижения, которая способствовала привлечению внимания к продукции компании «Таргет Агро» [3] и демонстрировала её экспертность.

Одной из самых известных платных CMS в России является 1С-Битрикс от компании 1С, предлагающая несколько вариантов с разной стоимостью и набором функций [4]. Битрикс24 – это полный комплект бесплатных инструментов для ведения бизнеса: CRM (Система управления взаимоотношениями с клиентами), конструктор сайтов и интернет-магазинов, система управления проектами. С помощью CRM компании автоматизируют коммуникации с покупателями и контрагентами, управляют продажами. Помимо самой платформы, 1С предлагает дополнительные платные модули и шаблоны дизайна, позволяющие придать сайту уникальный облик без необходимости привлекать дизайнеров. 1С-Битрикс занимает около 45% российского рынка платных CMS-систем, заметно опережая конкурентов.

Нужно отметить, что множество сайтов российских компаний и организаций сделаны на зарубежных CMS платформах: WordPress, CS-Cart, Wix и другие. Из-за западных санкций есть риск блокировки работы этих сервисов. В связи с этим у клиентов возникают вопросы, на какие платформы переходить, чтобы сохранить сайт и его работоспособность. Существует единый реестр российских программ для электронных вычислительных машин и баз данных [5]. Список CMS-платформ, которые есть в реестре или находятся в статусе утверждения включает следующие системы: Canape CMS, UMI.CMS, Ucoz, Drupal, DataLife Engine, JSmart CMS, LANSITE.CMS [4].

Функциональность сайта должна включать предоставление доступа к информации о компании, её истории, направлениях деятельности, ассортименте продукции и предоставляемых услугах, а также оперативное обновление новостей компании [6]. Важно обеспечить пользователям возможность обратной связи посредством электронных писем и обработки статистических данных посещений с использованием внешних сервисов, таких как Яндекс.Метрика.

Таким образом, современный сайт стал обязательным элементом любого бизнеса [7]. Он доступен круглосуточно и позволяет охватить

огромную аудиторию вне зависимости от географического положения. Использование веб-сайтов способствует увеличению объёмов продаж, привлечению новых партнёров и эффективному информированию общественности о деятельности компаний.

### **Библиографический список:**

1. Бунина, Н.Э. Цифровизация предприятий АПК/ Н.Э. Бунина, О.А. Заживнова // Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения: Материалы XIV Международной научно-практической конференции, Ульяновск, 25 июня 2024 года. – Ульяновск: Ульяновский государственный аграрный университет им. П.А. Столыпина, 2024. – С. 656-661
2. Алексеев, Д.А. Продвижение сайтов фермерских хозяйств [Электронный ресурс]: портал. - Электрон. дан. - М., 2023. - Режим доступа: <https://spark.ru>
3. SEO для агропромышленной компании: как увеличить выручку на миллиарды [Электронный ресурс]: портал. - Электрон. дан. - М., 2024. - Режим доступа: <https://vc.ru>
4. Разработка и продвижение сайтов с гарантией результата. Webcanape [Электронный ресурс]: официальный сайт. – М. 2023-20244. -Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/>
5. Заживнова, О. А. Цифровизация агропромышленного комплекса в Ульяновской области: текущее состояние и перспективы развития / О. А. Заживнова, С. В. Голубев // Экономика сельского хозяйства России. – 2023. – № 3. – С. 28-33.
6. Бунина, Н.Э. Тенденции развития цифровой экономики / Н.Э. Бунина, О.А. Заживнова, А.В. Коновалов // Материалы Национальной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». В 2-х томах, 2019. - С. 238-242.
7. Солнцева, О.В. Агломерационный эффект в производстве подсолнечника / О.В. Солнцева, Н.Э. Бунина // Экономика сельского хозяйства России. – 2023. - № 3. – С. 82-86.

## WEBSITE AS A MEANS OF PROMOTING AGRICULTURAL PRODUCTS

**Abaeva V.P.**

**Scientific supervisor – Bunina N.A.**

**Ulyanovsk SAU**

**Keywords:** *website, promotion, Internet marketing, content management systems, e-commerce, agronomy, Internet*

*The article examines the use of the Internet as an important tool for business development, including in the field of agriculture. Special attention is paid to the use of their own websites to promote agricultural products. The advantages of Internet marketing and the role of content management.*