

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

УДК 339.138

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В.В. Алисейко, 1 курс

*Научный руководитель – А.В. Копытовских, к.т.н., доцент
Полесский государственный университет*

За последние 15 лет в Беларуси произошли весомые изменения в области предпринимательской деятельности. Которые связаны, прежде всего с тем, что даже не обладая достаточным первоначальным капиталом можно начать своё собственное дело. Помимо этого сократились административные и экономические барьеры, значительно увеличились в размерах границы бизнеса. А с приходом в нашу жизнь интернета, этих возможностей стало гораздо больше.

Предприниматели рекламируют свои товары и услуги через интернет-магазины, блоги, корпоративные сайты. Хотя и конкуренция в сфере интернет - торговли возрастает с течением времени. В связи с этим появляется надобность каким-либо образом продвигать свои товары среди других, создавать для клиентов значительные удобства.[2]

И в этом случае предпринимателям может помочь интернет-маркетинг. Освоение интернет-маркетинга – позволит поднять рейтинг сайта и значительно увеличить продажи товаров.

Интернет-маркетинг – это практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинга: цена, продукт, место продаж и продвижение. Основная цель – получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта.[1]

На современном этапе, интернет-маркетинг выделился в отдельный вид бизнеса, доходы которого можно сравнить с самой торговлей. Поэтому у предпринимателя всегда есть выбор, заниматься рекламой своего сайта самому или доверить это дело более опытным людям.[3]

При создании своего бизнеса предприниматель будет вынужден взаимодействовать с маркетингом. Поэтому нужно решить, как продвигать продукт, через интернет или нет. И что бы быть готовым к любым ситуациям следует рассмотреть плюсы и минусы интернет-маркетинга.

Плюсы:

1. Сравнительно низкая стоимость. Цена на рекламу в интернете ниже чем, на телевидение. Эффективность международного маркетинга. Если рассматривать разработку и изготовление рекламы, то это также гораздо дешевле производства какой-либо другой рекламы.

2. Высокое качество контакта. «Коэффициент внимания» в интернете составляет 40%, в прессе – 10– 15%, а на телевидение – 5–8%. Если мы имеем в виду какие-то специализированные сайты, то там коэффициент практически достигает 100%.

3. Аудитория интернета, по большей части, включает людей свыше среднего уровня дохода. На эту аудиторию и нацелено предприятие.

4. Собственный психологический комфорт. Интернет способствует получению своего собственного мнения о рекламируемом продукте, не применяя психологического давления со стороны продавца.

5. Простой доступ к приобретению дополнительной информации. Вы можете в любое время нормализовать обратную связь.

6. Более эластичная маркетинговая компания. Её не сложно изменять в процессе выполнения без вспомогательных вложений.

Обратим внимание на минусы:

1. Ограниченность аудитории. Не каждый на сегодняшний день может похвалиться, тем, что может совершить покупку через интернет. Вовсе не большой процент людей использует интернет. Хотя это дело времени.

2. Большие размеры интернета. В интернете большое количество ненужной информации и бывает затруднительно отыскать нужную информацию.

3. Низкая безопасность.

4. Этические проблемы. Существуют люди, не довольные, тем, что информация и данные о них фиксируются.

На самом деле интернет–маркетинг от простого маркетинга, практически ничем не отличается. Хотя, существует небольшая особенность и её необходимо выделить — это ограниченность используемых инструментов средой интернета.

Приятно наблюдать, что эффективная интернет торговля в Беларуси существует и с каждым годом всё больше развивается. На сегодняшний день есть много успешных торгующих сайтов, порталов, где можно выбрать качественный товар или услугу, получить консультацию, оплатить посредством электронных денег. Интернет-маркетинг в большей степени воздействовал и на банковскую промышленность Республики Беларусь. Всё больше банков предоставляют свои услуги в режиме онлайн. Интернет-банкинг представляет собой более удобный для клиента сервис, так как избавляет от необходимости посещать каждый раз банк или его филиалы. В США на сегодняшний день около 50 миллионов человек используют услуги онлайн-банкинга. В Беларуси это так же становится актуальным.[4]

Однако чтобы успешно реализовывать маркетинг в сети интернет в Беларуси следует решить ряд проблем:

- выработать законодательство в области предоставления интернет-услуг;
- необходимо большое число профессиональных интернет-маркетологов, которые достойно владеют спецификой белорусского рынка;
- обеспечить более активное развитие малого бизнеса в данной области.

Только при решении этих проблем интернет-маркетинг в Республике Беларусь достигнет наибольших высот.

По большому счёту специалисты сферы маркетинговых коммуникаций заинтересованы потенциалом интернета. За последний промежуток времени растёт внимание к малоразвитым в Беларуси и России способам сотрудничества с аудиторией в Сети, которые уже испытаны и одобрены специалистами по маркетингу многих стран. Данная область очень быстро развивается, приоритеты изменяются в зависимости от нововведений и разработок. Задача маркетологов Беларуси - исследовать новые методы, изучая и анализируя опыт зарубежных компаний в сфере интернет-маркетинга, а также разрабатывать и совершенствовать методы маркетинга в сети.

Список использованных источников

1. Свободная общедоступная мультязычная универсальная интернет–энциклопедия – Википедия [Электронный ресурс] / Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki>. – Дата доступа : 17.03.2019 г.
2. Халлиган, Б. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Б. Халлиган. – М. : «Диалектика», 2010. – 456 с.
2. Холмогоров, В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. / В. Холмогоров. – СПб.: Питер, 2002. – 2-е изд. – 272 с.
3. Гуров, Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в сети / Ф. Гуров. – М.: Вер-хушка, 2008. – 136 с.