

Литература

1. Краудфандинг: новые экономические отношения [Электронный ресурс] // Проекты, меняющие мир. — Режим доступа: <http://blog.constart.ru/obshhee/kraudfanding/>. — Дата доступа: 27.03.2017.

2. Краудфандинг в Беларуси: площадки, перспективы, мировой опыт [Электронный ресурс] // Myfin.by | Банки Беларуси. Кредиты. Вклады. Курсы валют. — Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/5478-kraudfanding-v-belarusi-ploshhadki-perspektivy-mirovoj-opyt>. — Дата доступа: 29.03.2017.

М.В. Сушко

БГЭУ (Минск)

Научные руководители Н.С. Медведева — канд. экон. наук,

Е.В. Кудасова

ОТКРЫТИЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА — КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО «МАРКО»

Белорусские производители обуви пользуются услугами интернет-магазинов wildberries.by, lamoda.by, vitryny.by и др. Собственный интернет-магазин среди белорусских предприятий есть лишь у ОАО «Лидская обувная фабрика».

Преимущества собственного интернет-магазина: 1) выгодное отличие от конкурентов; 2) заинтересованность компании в формировании положительного образа своей продукции; 3) возможность проведения различных маркетинговых исследований при заказе. Существенным недостатком является высокий уровень затрат. Сильные стороны использования интернет-магазинов посредников: 1) низкие затраты; 2) наличие уже разработанного сервиса и способов доставки.

Рассмотрим некоторые примеры существующих интернет-магазинов.

Интернет-магазин Лидской обувной фабрики имеет приятное цветовое оформление, но хочется отметить слабый функционал сайта, платную доставку только через «Белпочту» и недостаточность информации для выбора обуви [1].

Wildberries.by — один из крупнейших интернет-магазинов модной одежды, обуви, аксессуаров, существует уже 12 лет [2]. Сильные стороны Wildberries — это бесплатная и быстрая доставка (от 2 до 10 дней), возврат в течение 21 дня и большое количество пунктов самовывоза. Слабая сторона их сайта — это перенасыщенность информацией главной страницы.

Одним из самых успешных продавцов обуви в интернете является Zappos. За 10 лет эта американская компания превратилась в многомиллиардную корпорацию [3]. Сильные стороны Zappos: 1) бесплатная и быстрая доставка на территории Штатов (1–2 дня); 2) возврат в течение 365 дней; 3) легкий и быстрый способ возврата; 4) множество каче-

ственных фотографий товара и видео-обзор для облегчения выбора. Недостаток один — данная компания работает только на американском рынке.

Подведем итоги: создание собственного интернет-магазина поможет «Марко» укрепить лидерство на рынке, развивать положительное отношение к компании и проводить маркетинговые исследования среди потребителей. Не стоит делать как ОАО «Лидская обувная фабрика». Можно делать как Wildberries. Равняться нужно на сильных — на Zappos.

Литература

1. Интернет-магазин «Лидская обувь» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://lidashoes.by/>. — Дата доступа: 10.05.2017.

2. Wildberries.by — интернет-магазин модной одежды и обуви [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.wildberries.by/>. — Дата доступа: 10.05.2017.

3. Online Shoes, Clothing, Free Shipping and Returns| Zappos.com [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.zappos.com/>. — Date of access: 10.05.2017.

Е.В. Чуб

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.А. Синяевская — канд. экон. наук

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Интернет обладает уникальными характеристиками, значительно отличающимися от характеристик традиционных инструментов маркетинга. Одним из основных свойств среды Интернет является ее гипермедийная природа, характеризующаяся высокой эффективностью в представлении и усвоении информации, что значительно повышает возможности маркетинга в усилении взаимосвязи предприятий и потребителей.

Использование интернета в маркетинговой деятельности чаще всего отождествляется с интернет-рекламой и оптимизацией сайтов в поисковых системах. Такой подход является достаточно тривиальным и требует переоценки.

Несмотря на множество различных определений интернет-маркетинга, обобщив существующие подходы, можно дать достаточно четкое определение рассматриваемого термина, выразив его упрощенной формулой (см. рисунок).

$$\boxed{\text{Интернет-маркетинг}} = \boxed{\text{Маркетинг}} + \boxed{\text{Интернет-технологии}}$$

Формула интернет-маркетинга