

подразделения, занимающегося разработкой сценариев маркетинговой деятельности;

- использование услуг специальных агентств, занимающихся разработкой сценариев маркетинговой деятельности;
- формирование специальных групп для разработки сценариев из состава специалистов предприятия.

Предлагаемая методика четко определяет цели, субъекты, объекты, этапы разработки сценариев маркетинговой деятельности и учитывает возможное влияние внешних и внутренних факторов.

Применение сценарного планирования в маркетинговой деятельности позволит маркетологам придать гибкость маркетинговой стратегии, повысить устойчивость предприятия в быстро меняющемся мире, обеспечит разработку эффективных противодействий негативным изменениям внешней и внутренней среды.

Список использованных источников

1. Рингланд Д. Сценарное планирование для разработки бизнес – стратегии/Д. Рингланд.-2-е изд.: Пер. с англ. – Москва: ООО «И.Д.Вильямс», 2008.-560 с.
2. Линдгрэн М. Сценарное планирование. Связь между будущим и стратегией/М.Линдгрэн, [Пер. с англ.И.Ильиной]. – Москва.: ЗАО «Олим-Бизнес», 2009. – 256 с.

В. И. Слонимская, БГЭУ, г. Минск

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Интернет-маркетинг (англ. internet marketing) – это использования всех методов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинга: цена, продукт, место продаж и продвижение. Основной целью этого вида маркетинга является получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта [1, с. 256].

Интернет-маркетинг появился в начале 1990-х годов, когда информация о различных товарах и услугах стала размещаться на текстовых сайтах. Сейчас интернет-маркетинг – это намного больше, чем продажа программных продуктов, сейчас идет торговля информационным пространством, товарами, услугами и т.д..

Сегодня интернет-маркетинг развивается высокими темпами, опережая традиционные виды маркетинга. Он завоевывает все большую популярность не только у бизнеса, но и обычных пользователей, которые хотят сделать эффективный веб-сайт или блог. Тем не менее, в развитых странах, затраты на интернет-маркетинг и рекламу составляют около 5 % от общих рекламных затрат.

По состоянию на конец 2012 г. общее количество пользователей Интернета в Беларуси составило более полутора миллиона человек. Интернет-маркетинг в нашей стране активно развивается в различных сферах экономики. Его активно применяют в как сфере бизнеса, так и в государственном секторе особенно при желании экспортировать отечественную продукцию за рубеж.

Интернет-маркетинг в значительной степени повлиял и на банковскую индустрию Республики Беларусь. Все большее количество банков предлагают свои услуги в режиме онлайн. Онлайн-банкинг является более удобным для клиента, так как избавляет от необходимости посещать каждый раз банк или его филиалы. В США на сегодняшний день около 50 миллионов человек пользуются услугами онлайн-банкинга. В

Беларуси подобную услугу предоставляют своим клиентам только 11 банков, но в будущем их число значительно возрастет.

Эффект на рекламную индустрию был и остается огромным. В течение всего нескольких лет объем онлайн-рекламы стремительно вырос и достиг десятков миллиардов долларов в год. Рекламодатели начали активно менять свои предпочтения, и сегодня в развитых странах интернет-реклама уже занимает большую рыночную нишу, чем наружная реклама. Развитие онлайн-рекламы в Беларуси характеризуется существенным подъемом в последние годы, появлением ряда новых услуг рекламных агентств, а также появлением незначительного числа специалистов в данной области.

Самое большое влияние интернет-маркетинг в Беларуси оказал на торговлю. В 2012 году в нашей стране было зарегистрировано 3700 интернет-магазинов, их товарооборот составил 231,6 млрд рублей. Однако в 2013 году прогнозируется снижение количества подобных магазинов по причине высокого уровня конкуренции, существующего в данном сегменте рынка.

Сегодня многие предприятия обращаются к интернет-маркетингу с целью привлечения большего количества клиентов, улучшения качества продукции (услуги), а также поиска зарубежных партнеров. В Беларуси активно появляются организации, оказывающие различные услуги в сфере интернет-маркетинга. В 2012 году объем рынка рекламы в Интернете составил 6 млн. долл. По прогнозам аналитиков в 2013 году рынок интернет-рекламы вырастет на 25%.

Интернет-маркетинг становится отличным способом привлечения иностранных инвесторов и партнеров, продвижения товара, услуги на зарубежные рынки сбыта. Активное развитие интернет-маркетинга позволит в значительной степени увеличить объем привлекаемых инвестиций, экспорта продукции, что положительно скажется на всех сферах экономической деятельности государства.

Необходимо стремиться к развитию интернет-маркетинга не только в сфере торговли, но и в иных отраслях хозяйственной деятельности страны.

Чтобы успешно развивать маркетинг в сети Интернет в Беларуси необходимо решить ряд проблем:

- необходимо разработать законодательство в сфере оказания интернет-услуг;
- требуется большое количество профессиональных интернет-маркетологов, которые хорошо владеют спецификой белорусского рынка;
- необходимо обеспечить активное развитие малого бизнеса в данной сфере.

Только при решении данных проблем интернет-маркетинг в Республике Беларусь достигнет больших высот.

Список использованных источников

1. Халлиган, Б. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Б. Халлиган – М.: «Диалектика», 2010. –456 с.

В.Стрельченко, профессор, Балтийская Международная Академия

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ БИЗНЕС ТЕХНОЛОГИЙ

Аннотация: современные информационные системы обеспечивают информационную и технологическую поддержку бизнес процессов, оценка эффективности внедрения систем в таких случаях является необходимым условием. В статье рас-