

РАЗДЕЛ 3

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ СФЕРЫ УСЛУГ

Т.К. Абдрахманова., научный руководитель *А.А. Маукенова*
Каспийский Университет, Алматы, Казахстан
T.K. Abdrakhmanova, *A.A. Maukenova*
Caspian University, Almaty, Kazakhstan
tomirisovna@gmail.com, atasmaganbetova@mail.ru

Развитие Интернет-маркетинга в Казахстане

Development of Internet marketing in Kazakhstan

Аннотация. *Статья посвящена тенденциям развития Интернет-маркетинга в Казахстане. В ней рассматриваются причины появления Интернет-маркетинга, выявлены проблемы, препятствующие его развитию и пути их решения. Автор уделяет внимание анализу инструментов, используемых в Интернет-маркетинге. Показана взаимосвязь и взаимное влияние различных факторов этого направления маркетинга в Казахстане и отмечена необходимость его дальнейшего развития.*

Abstract. *Article is devoted to tendencies of development of Internet marketing in Kazakhstan. In article the reasons of emergence of Internet marketing in Kazakhstan, his problems which interfere with his development, and a way of their decision are considered. In article the author pays attention to the analysis of the tools used in the Internet – marketing in Kazakhstan. The interrelation and mutual influence of various factors of this direction of marketing in Kazakhstan is shown and need of his further development is noted.*

Ключевые слова: *электронная коммерция, франчайзинг, интернет-маркетинг, интернет-магазин, информационная технология*

Keywords: *electronic commerce, franchising, internet marketing, online store, information technology*

На сегодняшний день существует множество направлений развития маркетинга. В связи с широким распространением технологий е-коммерции стала играть важную роль реализация товаров через глобальную сеть и, как следствие, появилась необходимость в развитии Интернет-маркетинга. Широкое распространение современных информационных технологий, а особенно IT-технологий оказывает огромное влияние на торговлю на данном промежутке развития. Каждая компания пытается найти новые рынки сбыта [1].

Одним из путей увеличения рынка на данный момент является Internet. Благодаря появлению новых технологий расширяются масштабы и увеличивается скорость развития международной торговли. Понятие «бренд» начинает играть второстепенную роль, с появлением социальных сетей, форумов, блоггеров спрос на тот или иной товар все больше начинает формировать мнение потребителей, оставивших свой отзыв в «сети». С внедрением, новых технологий и усовершенствованием логистики, покупка товаров из другой страны стала проще, а как следствие более

востребованной. С каждым годом все большую долю в развитии мировой торговли занимает именно интернет торговля, а для того, чтобы стать успешной в Интернет-торговле, у компаний возникает необходимость в и Интернет-маркетинге [2].

В торговле активно развивается франчайзинг интернет-магазинов. Франшиза интернет-магазина в Казахстане является сегодня одним из наиболее выгодных и быстро развивающихся сегментов рынка. Это происходит по нескольким причинам.

Во-первых, Казахстан, как и все страны СНГ, сравнительно недавно вступил в фазу активного развития интернет-технологий, которые спровоцировали настоящий информационный бум. Сегодня уже каждый предприниматель четко осознал, что его бизнес будет в Интернете, либо у него бизнеса не будет. Поэтому сейчас идет активное освоение новой, очень перспективной рыночной ниши: электронной коммерции.

Во-вторых, открытие интернет-магазина по франшизе требует меньших капиталовложений, чем самостоятельное открытие собственного бизнеса. При этом франчайзи получает больше гарантий, так как покупает хорошо налаженный бизнес с отработанными схемами его ведения «под ключ».

В-третьих, интернет-магазин – это эффективный бизнес, практически не выходя из дома. Сегодня всё больше потребителей предпочитают совершать покупки через Интернет, потому что это удобно. А значит и возможности развития вашего бизнеса практически не ограничены.

В-четвертых, открытие интернет-магазина имеет много преимуществ по сравнению с открытием обычного магазина. Вам не нужно арендовать специально оборудованное помещение для торговли, складские помещения, нанимать большой штат сотрудников, получать массу разрешительных документов и т. д. При этом охват аудитории намного шире, прибыль гораздо выше, минимальный документооборот и есть возможность контролировать свой бизнес круглосуточно и отовсюду [3].

В целом, уровень интернет-маркетинга в Казахстане еще невысокий, но рынок постепенно прогрессирует. Маркетологи учатся разрабатывать долгосрочные стратегии продвижения с использованием разных инструментов онлайн-продаж, начинают более скрупулезно его изучать. К сожалению, пока большинство ресурсов в Казахстане оставляют желать лучшего и не соответствуют всеобщим представлениям о качестве.

Список литературы

1. *Дик В.В., Лужецкий М.Г., Родионов А.Э.* Электронная коммерция. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2015. С. 122.
2. *Петрик Е.А.* Интернет-маркетинг. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2014. С. 7.
3. *Успенский И.В.* Интернет-маркетинг. СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2013. С. 71.

В.С. Андреева, научный руководитель *Е.И. Чучкалова*
Российский государственный профессионально-педагогический университет,