УДК/UDC 339.13

Интернет-маркетинг в России: проблемы и перспективы развития

Глазов Георгий Сергеевич
студент экономического факультета
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: george-0321@yandex.ru

Саенко Ирина Ивановна
кандидат экономических наук, доцент кафедры управления и маркетинга
Кубанский государственный аграрный университет им. И. Т. Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: saenkoirina@yandex.ru

Аннотация

Практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в информационно-телекоммуникационной сети Интернет с целью продажи товара, выполнении работы или оказании услуги и управлением взаимоотношений между ними именуется интернет-маркетингом. Процессы перехода современного общества в информационное и тотальное расширение сети Интернет обусловили появление новой сферы маркетинговой деятельности — цифрового маркетинга, или интернет-маркетинга. Формирование новой концепции управления дает современные инструменты, позволяет обеспечить успешные действия на рынке, достичь максимального тесного контакта между различными организациями и целевой аудиторией при взаимном минимальном расходовании бюджета за счет использования интернет-медиа. В статье рассмотрены особенности и перспективы развития интернет-маркетинга в России, а также выявлены проблемы и предложены пути их решения.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, реклама.

Internet Marketing in Russia: Problems and Prospects

Glazov Georgiy Sergeyevich
student of the Faculty of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: george-0321@yandex.ru

Sayenko Irina Ivanovna
Candidate of Economics, assistant professor of the Department of Management and Marketing
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: saenkoirina@yandex.ru

Abstract

The practice of using all the aspects of traditional marketing in the Internet in order to sell goods, perform a work, or provide services and manage the relationship between them is called digital marketing. The processes of transition to the information society and total expansion of the Internet have led to the emergence of a new field of marketing activities called digital marketing. The creation of a new management concept provides modern tools, provides for successful market operations, and helps to achieve the maximum contact between various organisations and the target audience with a mutual minimum of spendings through the use of online media. The article considers features and prospects of the development of digital marketing in Russia, as well as its problems and ways of their solution.

Key words: digital marketing, advertising.

Интернет-маркетинг — это практика использования всех традиционных маркетинговых инструментов с целью привлечения и удержания потребителей.

По официальным статистическим данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), размер денежных средств, затраченных рекламодателями на рекламу в информационно-телекоммуникационной

сети Интернет за период с января по март 2018 года, составил 44,3 млрд руб. [1]. Общие показатели рынка интернет-маркетинга за первый квартал 2018 года относительно 2017 года увеличились на 22% (табл. 1) [2]:

Расходы на рекламу на первый квартал 2018 г.

Сегменты	Январь — март 2018 г., млрд руб.	Динамика, %
Телевидение	44,3	13
в т. ч. основные каналы	42,8–43,3	12
нишевые каналы	1,53	48
Радио	3,5–3,7	4
Пресса	3,9–4,1	-12
в т. ч. газеты	1,6–1,7	-12
Журналы	2,3–2,4	-13
Out of home	10,5–10,7	0
в т. ч. наружная реклама	8,7–8,9	4
Интернет	44,3	22
Итого	105,5–106,5	13

Таблица 1

Но наряду с положительной динамикой внедрения рекламы в интернете, существуют различные проблемные моменты интернет-маркетинга. Рассмотрим основные из них:

1. Проблема поиска заинтересованной аудитории [3].
2. Сложности в выборе каналов вывода рекламы.
3. Отсутствие автоматизации — большинство процессов и настроек происходит вручную. Соответственно, расходуется бюджет, а количество клиентов не увеличивается. В такой ситуации необходимо освоить машинное обучение [4].
4. Сквозная аналитика чаще всего отсутствует [5].
5. Разсинхронизация работ — когда над одним проектом работают разные исполнители. Очень часто при такой работе возникают ошибки, которые идут во вред заказчику [6].

Невзирая на вышеназванные проблемы интернет-маркетинга в России, он активно функционирует, но при условии очень тонкого и грамот-

ного подхода к использованию маркетинговых инструментов.

Для улучшения качества интернет-маркетинга необходимы:

1. Повышение уровня квалификации: посещение тематических мероприятий, чтение соответствующей литературы.
2. Создание полной прозрачности. При найме подрядчика в данном случае работодателю должна быть полностью понятна вся схема работы: куда расходуется бюджет и с какой эффективностью [7].
3. Обдуманный подход к выполнению маркетинговой работы, т. е. необходимо составить план действий и выполнять его, при этом внося нужные коррективы.

В настоящее время в нашей стране интернет-маркетинг воспринимается в качестве обособленных направлений, таких как телевизионная реклама, баннерная реклама, а также маркетинг в социальных сетях. В действительности под интернет-маркетингом подразумевается единство видов рекламы и путей ее размещения в информационно-телекоммуникационной сети. Однако в большинстве случаев на начальном этапе развития бизнеса подобное совмещение неуместно: для достижения успеха все направления интернет-маркетинга следует вводить поэтапно [8].

В сочетании «интернет-маркетинг» ключевым слово выступает «маркетинг», а не «интернет». Бесспорно, интернет дает колоссальные технические возможности, однако без маркетинговых инструментов они не могут работать.

Безусловно, будущее за интернет-маркетингом, хотя до сих пор предсказать, насколько широко он будет развиваться в России, непросто, поскольку каждый день появляется большое количество новых приложений, интернет-сервисов и сайтов, которые могут существенно повлиять на сетевое развитие маркетинга. Перспективы развития маркетинга в интернете самые положительные. Подтверждение тому — большое количество организаций, которые предлагают услуги и товары через интернет и рекламируют себя в нем.

Список литературы

1. Outdoor. URL: http://www.outdoor.ru/news/obyem_rossiyskogo_ooh_rynka (дата обращения: 28.05.2018).

2. Акар: рынок рекламы за первый квартал вырос на 13% онлайн. URL: https://adindex.ru/news/tendencies/2018/05/15/171094.phtml (дата обращения: 28.05.2018).

3. About the IMF. URL: http://www.imf.org/en/about.htm (дата обращения: 28.05.2018).

4. Годовой отчет МВФ 2017. URL: http://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2017/eng/pdfs/AR17-RUS.pdf (дата обращения: 28.05.2018).

5. Проблемы интернет-маркетинга в России // Студенческая библиотека онлайн. URL: http://studbooks.net/717251/marketing/problemy_internet_marketinga_rossii (дата обращения: 28.05.2018).

6. Волков И. М. Основы экономики и организации рекламной деятельности: Теоретические положения и практические рекомендации для предприятий сферы услуг. М.: Изд-во МГУ, 2017. 423с.

7. Вове Л. К., Арене Ф. У. Современная реклама. Тольятти: 2015. 153с.

8. Академия рынка: маркетинг / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланар и др. М.: Экономика, 2016. 239с.