

## Интернет-маркетинг и перспективы его развития в Республике Беларусь

*Слонимская В. И., студ. IV к. БГЭУ,  
науч. рук. Демченко Е. В., канд. эк. наук, доц.*

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 у 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 2011 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 2011 году в нашей стране было зарегистрировано 3700 интернет-магазинов, их товарооборот составил 231,6 млрд рублей. Однако в 2012 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 2011 году объем рынка рекламы в интернете составил 6 млн долл. Ситуация на рынке маркетинга в Беларуси в значительной степени зависит от общего экономического состояния в стране. По прогнозам аналитиков, в 2012 году рынок интернет-рекламы вырастет на 25 %.

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

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

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

### **Литература**

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

## **Отражение логистических затрат в налоговом учете**

*Филимонова О. В., студ. IV к. БГЭУ,  
науч. рук. Везубова Т. А., канд. эк. наук, доц.*

Логистика представляет собой науку о планировании и контроле материальных и нематериальных операций, совершаемых в процессах доведения сырья и материалов до производственного предприятия, внутризаводской переработки сырья, материалов и полуфабрикатов, доведения готовой продукции до потребителя, передачи, хранения и обработки соответствующей информации, а также об управлении этими процессами [1]. Основные направления развития национальной логистической системы закреплены в