

бизнесмен, адекватно оценивающий данную ситуацию, в скором времени станет лидером этого еще не до конца сформировавшегося сегмента.

Перспективы развития интернет-торговли в Беларуси многообещающие. Кризисные явления временные, и по их завершении те, кому удалось выстоять, начинают бизнес с чистого листа. Из этого следует, что для развития интернет-торговли на сегодняшний день существует все необходимые составляющие: актуальность предложения; компактность республики (в течение суток товар может быть доставлен в любую точку страны); цены в интернет-магазинах значительно ниже, чем на реальных торговых точках (за счет экономии на складе, грузчиках, аренде магазинов, заработной плате продавцов), продукция пользуется большим спросом; растущая грамотность населения благодаря социальным сетям и присущей всем популярности Интернета; мобильный Интернет.

К слову, перед кризисными явлениями интернет-торговля в Беларуси на 10 % опережала развитие российского сегмента этого рынка.

Достоинством существующих магазинов в Минске является то, что практически 95% всех сделок (заказ, звонок, доставка, гарантия, товар) происходят в установленные сроки. Существенными же недостатками белорусских магазинов стали их плохая навигация, отсутствие качественной графики и фотографий. Помимо этого, наличие товара на сайте не соответствует наличию его на складе, товарный ассортимент весьма узкий и количества их явно недостаточно. Также существует масса проблем с внутренней оптимизацией практически всех сайтов на торговых площадках, что создает определенные неудобства для пользователей.

Однако существует целый ряд фактов, которые красноречиво указывают на то, что интернет-торговля все же имеет в Беларуси значительные перспективы.

Итак, мы подходим к весьма однозначному выводу: интернет-торговле в Беларуси быть. Это обусловлено целым рядом сопутствующих социально-экономических факторов, которые создают благодатную почву для развития данного вида бизнеса.

КОММУНИКАТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Худайкулов Мухаммет Мамасахатович, магистрант

Научный руководитель: Гринцевич Т.И., к.фил.н., доцент

УО «Белорусский государственный аграрный технический университет»

Интернет является нетрадиционным средством и каналом коммуникации, который характеризуется отсутствием централизованной организационной структуры. Интернет является нетрадиционным средством и каналом коммуникации, который характеризуется отсутствием централизованной организационной структуры.

Также этот канал характеризуется скоростью распространения информации. Так, появившееся на информационном сайте сообщение может быть мгновенно растиражировано сетевыми изданиями, а затем даже печатными.

Таким образом, данная особенность Интернета дает благоприятную среду для того, чтобы грамотно созданное и запущенное сообщение распространялось самостоятельно и не требовало значительных материальных затрат на его поддержку.

Интернет дает прекрасную возможность фокусировать воздействие на конкретную узкопрофильную целевую аудиторию, в которой заинтересована организация; выделять подгруппы в этой аудитории для составления более персонализированных интернет-обращений; учитывать индивидуальные особенности и характеристики каждого посетителя. Выделение целевой аудитории важно, так как позволяет построить коммуникацию максимально эффективно, быстрее достичь ее цели. Если рассматривать коммуникативный аспект, то коммуникация всегда удастся лучше, если есть четкое представление о реципиенте, в том числе его убеждениях, знаниях, ценностях, возможной реакции на посланное ему сообщение. Интернет предоставляет прекрасную возможность использования механизма таргетинга – воздействия на целевую аудиторию путем выделения из всей имеющейся только той ее части, которая удовлетворяет заданным критериям.

Обобщая данные исследований по изучению Интернет-аудиторий, можно сделать вывод, что большой процент аудитории Интернета составляют активные слои населения, которые участвуют в процессе принятия решений.

Коммуникация в Интернете интерактивна. Это подразумевает возможность активного взаимодействия между сторонами. Интерактивность означает возможность вступать в прямой диалог с аудиторией, а также то, что представители данной аудитории также могут общаться между собой.

Интерактивность позволяет получать обратную связь, адекватно анализировать сложившуюся ситуацию и своевременно реагировать в случае необходимости.

Предрасположенность пользователей Интернета к получению информации способствует более позитивному восприятию и высокой усвояемости PR-материала.

Интернет-коммуникации имеют общие черты с коммуникациями в традиционных СМИ: наличие массовой аудитории; социальную значимость информации; наличие средств, поддерживающих процесс функционирования массовых коммуникаций; многоканальность осуществляемых коммуникаций и вариативность коммуникативных средств.