

УДК 658

**СОВРЕМЕННЫЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ РАЗВИТИЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ****Миргатия Миландари Елгуджаевна**

студент

Пашук Наталья Руслановна

к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»

***Аннотация.** В работе проанализированы наиболее актуальные и востребованные интернет-технологии, используемые предпринимателями для развития бизнеса, выявлены их плюсы и минусы.*

The paper analyzes the most relevant and popular Internet technologies used by entrepreneurs for business development, identifies their pros and cons.

***Ключевые слова:** экономика, бизнес, интернет-технологии, развитие, продвижение, реклама*

***Keywords:** economics, business, internet technologies, development, promotion, advertising*

Технологический прогресс, в число которых входит и развитие интернет-инструментов, предоставляет людям большое число возможностей для продвижения своего бизнеса [1].

На сегодняшний день многие фирмы создают интернет-сайты с целью продвижения собственной продукции и расширения клиентской базы, перехода бизнеса в сеть Интернет, однако, актуальными являются проблемы низкой посещаемости сайта, его недостаточное удобство [2].

Целесообразным для этого кажется воспользоваться услугами компаний, которые занимаются интернет-маркетингом, в случае, если в организационной

структуре отсутствует подобный отдел [3].

Указанные компании стали появляться сравнительно недавно, их деятельность обуславливается новыми возможностями рынка, и, как результат, совершенно новыми потребностями. Интернет-бизнес, в своей сущности, тоже самое, что и традиционный бизнес, но в своей деятельности он использует другие инструменты для достижения поставленных целей. Основная цель – это привлечь как можно больше пользователей на свои онлайн-платформы.

Для работы в интернете используются множество инструментов, которые условно можно поделить на несколько групп, представленных на рисунке 1.

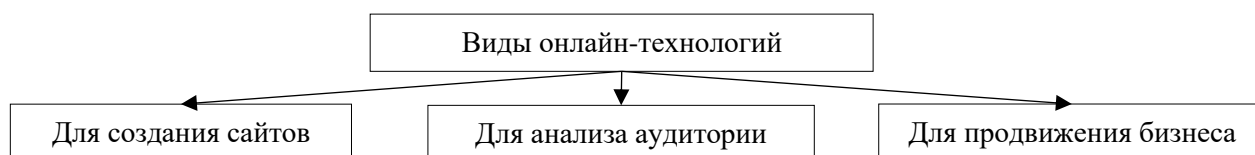


Рисунок 1 – Универсальные виды онлайн-технологий

Стоит отметить, что данный перечень технологий не является закрытым, выше представлена универсальная типология, характерная для любого вида бизнеса. Рассмотрим данные группы подробнее [4].

Одним из наиболее распространенным инструментом, используемым для создания сайтов, является HTML (HyperText Mark-Up Language), который представляет собой способ сбора и хранения документов в сети Интернет, и в тоже время.

Главной отличительной особенностью HTML является способность использовать гиперссылки, с помощью которых возможна связь с другими документами, как локальными, так и находящимися на другом конце планеты.

Flash-технология Shockwave направлена на создание визуального разнообразия веб-сайта за счет наполнения красочной и интерактивной векторной графикой

Технология Flash позволяет создавать как поражающие воображение презентационные ролики, так и интерактивные интерфейсы, создающие новое качество комфорта на сайте.

Следующим инструментом является JavaScript, именуемый «динамический HTML» и позволяющий реализовать на сайте почти полноценный и расширенный пользовательский интерфейс с выпадающими многоуровневыми меню, анимацией, перетаскиванием объектов с помощью мыши и прочими функциями.

Также, распространенными являются программные средства CMS Content Management System, направленные на подготовку, редактирование и публикацию контента на сайте.

Переходя к технологиям, предназначенным для анализа аудитории, в первую очередь следует отметить сервис Mediascope, которые предоставляет информацию о ежемесячном срезе онлайн-аудитории через призму геолокации пользователя.

С помощью проекта Mediametrics можно исследовать, какие темы интересны пользователям в социальных сетях за выбранный период времени в конкретной геолокации. При этом имеется возможность фильтрации тематик: лайфстайл, хайтек, спорт, бизнес и пр.

Немаловажным и уже традиционным является источник данных Wordstat, с помощью которого можно оценить объем, структуру, сезонность, динамику прироста и падения конкретного поискового спроса.

Сервис Similar Web предоставляет доступ к структурному анализу посещаемости сайтов предприятий-конкурентов, а также позволяет определить не просто тип трафика, но и его структурные элементы.

Основная миссия Интернета в сфере раскрутки бизнеса - продвижение сайтов, на которых размещена или рекламируется продукция заказчика.

Во многом благодаря созданию удачного сайта можно расширить клиентскую базу, поскольку такой ресурс дает информацию о компании, и любой пользователь может просмотреть ее, не выходя из дома.

Более того, можно дополнить сайт наиболее пользующейся популярностью информацией.

Для раскрутки бизнеса зачастую используются социальные технологии,

перед применением которых рекомендуется тщательно проанализировать целевую аудиторию, так как именно данный фактор является главным критерием выбора онлайн-ресурса – социальной сети.

Популярным является механизм продвижения компании в поисковиках. Регулярно платить за это не нужно, но стоит отметить, что это займет гораздо больше времени, ощутимый поток посетителей появится примерно через 3-6 месяцев.

Для создания контекстной рекламы составляется текстовое объявление, и определяются ключевые слова, по которым оно будет демонстрироваться пользователям поисковых сетей. При вводе этих слов в поисковую систему потенциальный покупатель увидит рекламное объявление от данного сайта и, в идеальном варианте переходит по ссылке и совершает покупку.

Существуют некоторые ограничения применения такой рекламы:

- необходимо наличие сформированного спроса на конкретный товар или услугу;
- контекстные объявления показываются только заинтересованным людям;
- оплата взимается за переходы (клики) по ссылке объявления,
- демонстрация бесплатна;
- цена одного перехода по ссылке объявления определяется владельцем рекламы в самостоятельном порядке, что позволяет легко спрогнозировать бюджет;
- очень подробная система статистики, которая позволяет оценить эффективность рекламы, вносить корректировки при необходимости; быстрое время запуска рекламы.

В заключение следует отметить, что современные интернет-технологии являются сравнительно новым способом организации коммуникаций между продавцом и потребителем товара или услуги. Применение интернет-инструментов является необходимым условием поддержания конкурентных позиций хозяйствующего субъекта на рынке [5].

Список литературы

1. Khamraev, M. B. Business management in the conditions of digital technologies development / M. B. Khamraev / Молодежь. Общество. Современная наука, техника и инновации. – 2022. – №. 21. – P. 102-104.
2. Камчатова, Е. Ю. Современные инструменты управления бизнесом в условиях развития цифровых технологий / Е. Ю. Камчатова, М. В. Хайрулова, Е. К. Зорин / Путеводитель предпринимателя. – 2021. – Т. 14, № 1. – С. 28–41. – DOI 10.24182/2073–9885–2021-14-1-28-41.
3. Зайцев, Д. С. Развитие информационных технологий в современной бизнес-среде / Д. С. Зайцев / Вопросы устойчивого развития общества. – 2021. – № 6. – С. 605–608. – DOI 10.34755/IROK.2021.77.13.101.
4. Арутюнян, Е. А. Инновационные технологии в развитии малого и среднего бизнеса / Е. А. Арутюнян / Теория права и межгосударственных отношений. – 2021. – Т. 1, № 6(18). – С. 138–144.
5. Шаяхметова, Г. И. Анализ и прогноз развития digital технологий в сфере малого бизнеса / Г. И. Шаяхметова / Вектор экономики. – 2019. – № 6(36). – С. 43.