

Так в таблице приведенной выше (Таблица 1) видно, что самый высокий размер пенсии в Германии. Потому что пенсионная система Германии основана на принципе солидарности поколений – работающие оплачивают содержание нынешних пенсионеров в госфонд, потом из него же получают свою пенсию. При этом система устроена так, чтобы молодым и трудоспособным это было выгодно – чем больше взносов они платят сейчас, тем больше пенсионных прав получают потом.

Любая пенсионная система – это система социальной поддержки. Ее главной задачей является обеспечение человека в старости, когда он лишается доходов от трудовой деятельности. Социальная функция пенсии, также должна предоставить достойные условия жизни для тех, кто не получал больших заработных плат и не смог заработать высокую пенсию. Пенсионное обеспечение в России базируется на общенациональном законодательстве, его финансирование осуществляется на основе обязательных страховых взносов работодателей, работников и самозанятого населения, а также ассигнований из федерального бюджета.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стареющая планета: число пенсионеров угрожает экономике [Электронный ресурс] // РБК. 2013. URL: <http://top.rbc.ru/economics/23/08/2013/871343.shtml> (дата обращения 15.03.2014).
2. Феделальный закон от 17 декабря 2001г. № 173-ФЗ «О трудовых пенсиях в Российской Федерации»
3. Пенсионный фонд РФ [Электронный ресурс] // Пенсионный фонд Российской Федерации. 2008-2014. URL: <http://www.pfrf.ru/> (дата обращения 15.03.2014)
4. Зырянова Т.В. Трудовая пенсия, ее виды, размер и порядок определения // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2013. - №5. – С. 23-33.
5. Гарант Аудит [Электронный ресурс] // Аудиторская фирма Гарант Аудит – бухгалтерское обслуживание, восстановление бухучета, аудит. 2004 – 2013. URL: <http://afga.ru/> (дата обращения 10.03.2014)

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

К.О. Прудникова, Е.А. Грахова
(г. Томск, Томский политехнический университет)

INFORMATIONTECHNOLOGYINTHEINTERNETMARKETING

S.O. Prudnikova, E.A. Grahova
(c.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

The article describes the methods of internet - marketing as a way to increase sales and attract new customers. Development of information technologies, the emergence of electronic commerce have become the foundation for the emergence of a new trend in the modern concept of marketing interaction. With the development of technological capabilities of the Internet the approaches to business management and marketing as one of its constituent parts are also changing.

Понятие современных информационных технологий. На сегодняшний день, к одним из революционных изменений можно отнести изменения в методах ведения бизнеса. Информационные технологии можно отнести к незаменимым средствам взаимодействия всех субъектов рынка, важнейшим инструментом для ведения бизнеса. Под термином информационные технологии подразумевается некая система накопления, сбора, передачи, хранения, обработки информации с помощью применения вычислительной техники.

Интернет-маркетинг – как форма интернет-технологий в бизнесе. В связи с быстрыми темпами роста информационных технологий, а вместе с тем и ростом электронной коммерции, появилось новое направление в современной концепции маркетинга – интернет-маркетинг. Под интернет маркетингом (online маркетинг) подразумевают использование все аспектов традиционного маркетинга в Интернете. Основной целью интернет - маркетинга является получение максимального эффекта от потенциальной аудитории [2]. Существующие системы электронной коммерции дают возможность потенциальному покупателю не входить в личный контакт с продавцом, не тратить время на посещение магазинов, но при этом, иметь наиболее полную информацию о нужном товаре. В свою очередь, продавец сможет быстрее среагировать на изменение спроса товара, проанализировать поведение потенциальных потребителей, сэкономить денежные средства на аренде помещения, заработной плате персонала и т.д.

Методы Интернет-маркетинга. Интернет-маркетинг включает в себя использование практически всех видов рекламы в сети, для того чтобы привлечь максимальное число потенциальных клиентов. В Таблице 1 отражены наиболее распространенные методы интернет-маркетинга.

Практическое применение. Метода directmarketing широко используется ОАО «Сбербанком России». Прямой маркетинг предполагает обратную связь с клиентом. ОАО «Сбербанк России» активно проводит мероприятия прямого маркетинга, т.е. создает клиентскую базу, постоянно пополняемую новой информацией о физических и юридических лицах, а также о предпочтениях и потребностях потенциальных клиентов. Подобные мероприятия ОАО «Сбербанк России» проводит с целью дальнейшего анализа полученной информации и предоставления клиентам соответствующей продукции или услуги, которая будет соответствовать их запросам. Email рассылка и метод социальных сетей характерны по большей степени для различных фирм, занимающиеся поставкой одежды и обуви, а также различных потребительских товаров. Например, под брендом Mango покупатель имеет возможность приобрести товар как в магазине, так и заказать через интернет – магазин. Возможно также общая рассылка, т.е. потенциальный покупатель всегда будет проинформирован о скидках, акциях, новых товарах. Баннерная и контекстная реклама широко используется туристическими фирмами. Например «Натали-турс», регулярно создает различные баннеры с рекламой своего туристического продукта. Вирусный и видео маркетинг используется, в основном, для рекламы новых компьютерных или видео игр. Разработчики такого метода интернет - маркетинга используют короткометражные видео – ролики, яркие изображения, либо всплывающие окна со звуковым сопровождением для того, чтобы максимально привлечь внимания посетителей сайта.

Таблица 1 – Основные методы интернет-маркетинга

Название метода	Сущность
1. Email маркетинг	Необходимо создать на web - сайте почтовую рассылку. Посетители сайта добровольно могут подписаться на данную функцию, оставить свой email адрес. После регистрации они будут регулярно проинформированы об обновлениях, продукте или новой услуге.
2. Direct маркетинг	С помощью метода direct маркетинг, компания выстраивает прямые маркетинговые коммуникации, персонально с каждым потенциальным покупателем. Это могут быть всевозможные email рассылки, но также и обратная связь с потребителем, т.е. ответная реакция на предложение.
3. Социальные сети	Реклама в социальных сетях то может быть размещена как на платных рекламных объявлениях (досках, сайтах), также и бесплатная, с помощью создания групп, сообществ, обсуждений.
4. Баннерная реклама	Является одной из самых эффективных и самых распространённых способов рекламы в Интернете. Суть баннерной рекламы это размещение на сайтах баннеров (изображения рекламного характера) обязательно со ссылкой на сайт.
5. Контекстная реклама	Представляет собой особый вид объявлений, под которым подразумевают размещение объявлений на сайтах с очень похожей тематикой (рекламные сайты). Принцип функционирования контекстной рекламы таков, что в результате поиска, при вводе ключевых запросов, возле поисковой строки появляется контекстная реклама.
6. Вирусный маркетинг	Может быть в текстовом, графическом виде, без открытого коммерческой составляющей, т.е. видео – ролики, изображения, не содержащие прямой рекламы вашего товара или услуги. Цель вирусного маркетинга - вызвать массовый интерес пользователей интернета.
7. Видео маркетинг	С помощью специальных программы для ПК можно создавать видео – ролики с различной тематикой. Подобную видео – рекламу можно разместить как в социальных сетях, так и на видео – сайтах, например на Youtube.ru

Заключение. Интернет-маркетинг это новое направление коммерческой деятельности, поэтому вышеперечисленные методы находятся на стадии становления, открытия новых путей реализации коммерческой рекламы. При этом, Интернет – маркетинг имеет отличительную особенность, характеризующуюся степенью распространенности Интернета. С помощью web сайтов, интернет – рекламы, владельцы компаний смогут привлечь достаточно большое количество потенциальных клиентов, однако дальнейший успех его развития может быть достигнут за счет разных факторов, например, предоставление пользователям интернета качественной и полной информации и товаре или услуге. Востребованность и популярность интернет – маркетинга возросла не только среди крупных компаний, но и среди обычных пользователей интернета, целью которых является продвижение своего сайта или товара. Проследить за тенденциями роста интернет - маркетинга можно путем анализа торговых интернет – площадок, представляющих собой не доски с объявлениями, а крупные корпорации, предоставляющие большой ряд маркетинговых услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бокарев Т. Энциклопедия интернет-рекламы. - М.: ПРОМО-РУ, 2000. - 416 с.
2. Семенов Н. - Рынок Интернет-Маркетинга в Украине // Маркетинг и реклама. - №1. – 2010. – С.46-50.
3. Успенский И.В. Интернет-маркетинг. - М.: СПГУЭиФ, 2003. – 197 с.