

Анализ интернет-маркетинга в социологических теориях

Научный руководитель – Пашков Михаил Владимирович

Матвеева А.В.¹, Купорова Н.С.²

1 - Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет социологии, Кафедра прикладной и отраслевой социологии, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: anastasya_m12@mail.ru*; 2 - Санкт-Петербургский государственный университет, Физический факультет, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: natkuporova@gmail.com*

Купорова Н.С.¹

¹ Студентка 4 курса бакалавриата

Санкт-Петербургский государственный университет, факультет социологии, кафедра экономической социологии, Санкт-Петербург, Россия

natkuporova@gmail.ru

Матвеева А.В.²

² Студентка 4 курса бакалавриата

Санкт-Петербургский государственный университет, факультет социологии, кафедра прикладной и отраслевой социологии, Санкт-Петербург, Россия

Anastasya_m12@mail.ru

На данный момент электронная коммерция является важной частью экономики многих стран. Онлайн-шопинг в интернет-магазинах значительно повлиял на потребителей во всем мире. Теперь покупатели имеют возможность приобретать товар, находящийся в любой точке мира, сравнивать цены на разных сайтах и в разных магазинах и моментально оплачивать.

Рассматривая социальные аспекты электронной коммерции стоит опираться на теории потребления, поскольку именно процесс потребления лежит в основе интернет-торговли, а человек в роли потребителя является единицей этого сложного процесса.

Устойчивость выбора человека достигается благодаря рациональности, а также прошлому опыту, который возникает после частого повторения одних и тех же практик. Французский социолог Пьер Бурдьё, использовавший метод генетического структурализма, определил это понятие как габитус. По Бурдьё габитусом обеспечивается постоянство потребительских практик [1]. Можно предположить, что это дает возможность крупным фирмам выстраивать свое смысловое пространство, подчиняя других с помощью схем контроля, восприятия и оценки [2]. Жан Бодрийяр рассматривал потребление через манипулирование знаками. Автор приходит к выводу, что на сегодняшний день в мире преобладает господство символической стоимости, при котором вещь приобретает ценность, только превратившись в знак [3].

В России постепенно увеличивается число покупателей, предпочитающих интернет-магазины. Для большой территории требуется современная система логистики, а для выхода на международный рынок необходим сильный бренд.

В 2019 году объём рынка электронной коммерции России составил \$30,6 млрд [4]. Что сильно отстает от показателей лидеров в этом направлении - Китая и США. Количество интернет-пользователей, по данным Digital 2020, составляет 118 миллионов. Это значит, что интернетом пользуются 81% россиян [5].

Покупательские предпочтения меняются достаточно быстро, поэтому необходимо их регулярно отслеживать.

Важно отметить, что доверие к блогерам значительно выше, чем к традиционным рекламным каналам, т.к. блогер находится «ближе» к аудитории. В интернет-маркетинге рекомендации блогеров помогают покупателям определиться с выбором товара или услуги, а также продвигают самые разные бренды и товары среди своей аудитории. Это дает значительное преимущество для дальнейшего развития блогеров как агентов влияния на общественное мнение в вопросах выбора товаров и услуг.

Таким образом, рассмотрение вышеприведенных теорий и аспектов электронной коммерции дает возможность проанализировать текущие тенденции интернет-маркетинга и сделать прогноз на будущее.

Список литературы:

1. Бурдые П. Различение: социальная критика суждения // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: РОССПЭН, 2004. С. 537-568

2. Экономическая социология: теория и история / Веселов Ю.В., Капусткина Е.В., [и др.] / Под ред. Ю.В. Веселова и А.Л. Кашина. — С П Б .: НесторИстория, 2012. С. 237-238

3. Экономическая социология: теория и история / Веселов Ю.В., Капусткина Е.В., [и др.] / Под ред. Ю.В. Веселова и А.Л. Кашина. — С П Б .: НесторИстория, 2012. С. с. 238-239

4. Е-pepper/"Интернет-торговля в России 2019": аналитика Data Insight/ URL: <http://e-pepper.ru/news/internet-torgovlya-v-rossii-2019-analitika-data-insight.html>

5. WebCanape/Вся статистика интернета на 2020 год-цифры и тренды в мире и в России/ URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/>