

ВИСТАВКИ, ЯРМАРКИ ТА АУКЦІОНИ В ІНТЕРНЕТІ

Грачова М. В.¹, Орлик О. В.²

1 – студент, кафедра Інформаційних систем в економіці,

2 – канд. екон. наук, доцент, кафедра Інформаційних систем в економіці
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Грачова М. В., Орлик О. В. Виставки, ярмарки та аукціони в Інтернеті. *Наведено визначення таких понять, як аукціон, ярмарок та виставка. Визначено основні переваги он-лайн виставок, ярмарок та аукціонів. Розглянуто їх класифікацію. Відзначено основні рекламні можливості Інтернет-виставок. Зазначені основні переваги проведення електронних заходів.*

Ключові слова: онлайн-ярмарки, онлайн-аукціони, онлайн-виставки, рекламні можливості.

Грачева М. В., Орлик О. В. Выставки, ярмарки и аукционы в Интернете. *Приведены определения таких понятий, как аукцион, ярмарка и выставка. Определены основные преимущества онлайн выставок, ярмарок и аукционов. Рассмотрена их классификация. Отмечены основные рекламные возможности Интернет-выставок. Указаны основные преимущества проведения электронных мероприятий.*

Ключевые слова: онлайн-ярмарки, онлайн-аукционы, онлайн-выставки, рекламные возможности.

Grachova M. V., Orlyk O. V. Exhibitions, fairs and auctions on the Internet. *Presented definitions of concepts such as auction, trade fair and exhibition. Shown the main advantages of online exhibitions, fairs and auctions. Considered their classification. Marked by major advertising opportunities online exhibitions. Indicated the main advantages of electronic events.*

Keywords: online fairs, online auctions, online exhibitions, advertising opportunities.

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Грачова, М. В. Виставки, ярмарки та аукціони в Інтернеті [Текст] / М. В. Грачова, О. В. Орлик // Інформатика та інформаційні технології : студ. наук. конф., 20 квітня 2015 р. : матер. конф. — Одеса, ОНЕУ. — С. 56-59.

Рекламний бізнес постійно еволюціонує. Перспективний напрямок його розвитку – електронні виставки, ярмарки та аукціони в Інтернеті. Вони не замінюють звичайних, реальних, але доповнюють їх і розширюють їх географію. Актуальність теми тез полягає у зростанні популярності аукціонів та виставок. Інтернет ресурси є доступними цілодобово, немає про-

строого обмеження, кожен може проглянути сторінку незалежно від свого місцезнаходження. Розвиток електронної діяльності дуже вигідний для організаторів заходу.

Аукціони, виставки і ярмарки з часу появи їх у мережі Інтернет значно змінили свій вигляд і свої характеристики.

Аукціон – спеціально організований і періодично діючий ринок продажу товарів, майна з публічного торгу покупцеві, який запропонував найвищу ціну. Основною перевагою он-лайн електронних аукціонів є той факт, що в них може бути задіяний будь-який бажаючий, незалежно від його розташування в момент проведення торгів. Мережу Інтернет багатозово компенсує географічне видалення від пункту проведення аукціону. Сервери онлайн-аукціонів завжди доступні. Вони функціонують цілий рік і цілодобово. За участь у торгах плата не береться.

Існує кілька основних типів аукціонів:

- **стандартний аукціон** – аукціон продавця на підвищення початкової ціни, продавець встановлює початкову та бажану ціни, причому бажана ціна учасникам аукціону невідома;
- **зворотний аукціон** – аукціон покупця на запропоновану найменшу ціну на момент завершення аукціону (але не вище бажаної), ця модель працює на принципі конкуренції продавців з метою укладення контракту за ціною, що не перевищує встановлену;
- **німецький аукціон** – аукціон продавця на підвищення початкової ціни, використовується при продажу партії однакових товарів, причому товари можуть купуватися порізно різними покупцями;
- **голландський аукціон** – відрізняється від стандартного аукціону тим, що початкова ціна встановлюється вище бажаної, а потім автоматично знижується з плином часу до тих пір, поки не зрівняється з бажаною ціною.

Виставка в Інтернеті – публічна демонстрація досягнень в галузі економіки, науки, техніки, культури, мистецтва та інших галузях суспільного життя у мережі Інтернет. Розрізняють виставки: місцеві, національні, міжнародні та всесвітні, а також загальні, що охоплюють всі галузі людської діяльності.

Переваги віртуальних виставок:

- використання інформаційних технологій (динамічний синтез тексту, зображення, звуку – все це робить віртуальну виставку живою і динамічною);
- використання Інтернет (немає обмеження місцем і часом, з'являється можливість дистанційного знайомства з виставкою як масово, так і в порядку індивідуального звернення);
- масовість (на огляд може бути представлено більшу кількість товарів);
- варіативність (здатність до оновлення, доповнення та адаптації ін-

формації);

- економічність (електронні виставки економлять місце, немає необхідності працювати зі стелажами, стендами, виставковими шафами).

Інтернет-виставки надають рекламні можливості такі як:

- банерна реклама, яка йде строго з урахуванням таргетінгу по рубриці або тематиці;
- контекстна реклама, що йде лише при пошуку за ключовими словами;
- текстові посилання;
- рекламні новинні повідомлення, в тому числі і статті;
- реклама в розсилках електронною поштою;
- розміщення інформації про компанії, продукти в рубрикуторі;
- графічна реклама товарів і книг;
- розміщення анонсів, участь представників в інтерв'ю, проведення го-лосувань та опитувань.

Розвиток електронної виставкової діяльності дуже вигідний для виставкових організацій.

Ярмарок – це міжнародна або внутрішня економічна виставка зразків, яка незалежно від її назви, відповідно до звичаїв країни, на території якої вона проводиться, являє собою ринок товарів широкого вжитку та (або) обладнання. Фактично це виставка з головною метою – реалізація максимально великої кількості продукту в ході її роботи. Ярмарки поділяють на оптові та роздрібні.

На практиці межа між поняттями «ярмарка» та «виставка» практично стерлася, але фахівці називають захід ярмарком, якщо здійснюється продаж демонстрованою продукції, на виставках ж відбувається тільки демонстрація і лише в останній день можливий розпродаж виставкових зразків, який, втім, не є обов'язковий.

Таким чином, електронні заходи забезпечують:

- залучення нових клієнтів;
- позитивний вплив на імідж учасників;
- автоматизацію роботи з клієнтами;
- створення унікального інтернет-ресурсу – бази даних;
- залучення цільової аудиторії;
- створення персональних сторінок з індивідуальними налаштуваннями і можливістю віддаленого управління персональним електронним представництвом;
- вироблення ефективної маркетингової політики щодо просування виставкового та аукціонного бізнесу.

Аукціони, виставки та ярмарки відкривають можливості для виявлення попиту через контакт зі споживачами, допомагають визначити тенденції, види і масштаби майбутніх змін ринкових переваг і визначити темпи і напрямки розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Понятие выставок и ярмарок и их значение [Електронний ресурс] // Портал : hoore.ru. — Режим доступу \www/ URL: <http://hoore.ru/studentu/ponyatie-vystavok-i-yarmarok-i-ih-znachenie/>. — Заголовок з екрана, доступ вільний, 26.03.2015.
2. Павлов, О. Плюсы и минусы электронных аукционов [Електронний ресурс] / О. Павлов // Портал : enginclub.ru. — Режим доступу \www/ URL: <http://www.enginclub.ru/blog/pavlov-oleg/2012/plyusy-i-minusy-elektronnyh-aukcionov>. — Заголовок з екрана, доступ вільний, 26.03.2015.
3. Орлик, О. В. Сучасні інформаційні технології в системі управління підприємством [Текст] / О. В. Орлик, О. Г. Єсіна // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2002. — № 11. — С. 293–296.
4. Атанасов, М. Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємства [Текст] / М. Атанасов, О. Йона // Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави : Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р. : матер. конф. — Одеса, ОНЕУ. — С. 54-61.
5. Скопа, О. О. Інформатизація професійної діяльності фахівців [Текст] / О. О. Скопа // Актуальні проблеми держави і права. 2005. — № 25. — С. 623-626.
6. Орлик, О. В. Інформаційні системи як стратегічний засіб розвитку фірми [Текст] / О. В. Орлик, О. Г. Єсіна // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2001. — № 10. — С. 386–390.
7. Казакова, Н. Ф. Влияние информационных технологий на общественное сознание и образование [Текст] / Н. Ф. Казакова, А. А. Скопа // Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету. — 2004. — № 1. — С. 39-47.
8. Буй, В. М. Інформаційні системи в економіці [Текст] / В. М. Буй, О. В. Орлик // Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави : Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р. : матер. конф. — Одеса, ОНЕУ. — С. 109-116.
9. Скопа, О. О. Інформаційні технології у професійній діяльності фахівця [Текст] / О. О. Скопа // Наукові праці УДАЗ. — 2000. — № 1. — С. 103-106.
10. Орлик, О. В. Інформаційні системи в сфері управління організацією [Текст] / О. В. Орлик // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2002. — № 12. — С. 188–191.
11. Аль-Джамалі, А.-М. Сфери застосування інформаційних технологій [Текст] / А.-М. Аль-Джамалі, О. Мацків // Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави : Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р. : матер. конф. — Одеса, ОНЕУ. — С. 49-53.
12. Скопа, О. О. Роль телекомунікацій в сучасному бізнесі [Текст] / О. О. Скопа, Н. Ф. Казакова // Наукові праці УДАЗ. — Одеса : УДАЗ ім. О. С. Попова. — 1999. — №2. — С. 11-12.
13. Скопа, О. О. Проблематика якості послуг Інтернет-провайдерів [Текст] / О. О. Скопа, С. Л. Волков, К. Б. Айвазова // Збірник наукових праць Одеської державної академії технічного регулювання та якості. — 2013. — № 1(2). — С. 27-31.