

Цифровий-маркетинг та інтернет-банкінг. Системи електронного урядування

Інтернет-банкінг

Інтернет-банкінг (онлайн/веб-банкінг) — один із видів дистанційного банківського обслуговування, який надає доступ до рахунків та банківських операцій в будь-який час через Інтернет (за допомогою комп'ютера, планшета або телефону).

Мобільний банкінг — це різновид онлайн-банкінгу, який надає доступ до рахунків та банківських операцій за допомогою мобільного додатку, встановленого на смартфон.

Які переваги інтернет-банкінгу?

- **Дистанційне управління картою 24/7.** В будь-яку пору доби можна перевірити поточний баланс або проконтролювати стан проведення фінансової операції. Для цього потрібен лише доступ до інтернету. Користуватися сервісами інтернет-банкінгу можна з ПК, ноутбука, планшета або зі смартфона.
- **Швидке виконання фінансових операцій.** Грошові перекази через інтернет-банкінг виконуються всього за декілька хвилин. Через інтернет-банкінг можна виконувати грошові перекази між рахунками як одного, так і різних банків, а також поповнювати рахунки електронних гаманців.
- **Самостійна оплата послуг.** Зараз практично всі послуги можна оплатити онлайн і не стояти у чергах. Через інтернет-банкінг можна платити за товари та послуги, поповнювати рахунок мобільного телефону, оплачувати інтернет, сплачувати штрафи, податки та інше. У багатьох системах є функція автоматичного платежу. Її можна активувати, якщо потрібно сплачувати певну суму кожного місяця. Гроші автоматично зніматимуться з рахунку, коли настане вказаний період.
- **Взаємодія з банком.** Через інтернет-банкінг можна дистанційно відкривати нові рахунки, розміщувати депозит і оформлювати кредит. Додаткові документи в разі необхідності також можна надати через інтернет. Деякі банки навіть заохочують клієнтів відкривати депозити дистанційно, пропонуючи їм вищі відсоткові ставки.
- **Мінімальна або нульова комісія.** Повна відсутність комісії за надані послуги зустрічається рідко. Однак вона буде меншою ніж суми, які беруть у відділеннях, і значно меншою у порівнянні з терміналами. Розмір комісійного збору залежить від суми платежу.

Цифровий маркетинг

Цифровий маркетинг, електронний маркетинг, е-маркетинг також інтернет-маркетинг - це широке поняття, що охоплює всі маркетингові зусилля, які використовують електронні пристрої або Інтернет. Він може здійснюватися через різні цифрові канали, такі як пошукові системи, електронна пошта, соціальні медіа та вебсайти. Важливою особливістю цифрового маркетингу є те, що він також поширюється на канали, які не є Інтернет-каналами, але використовують цифрові медіа, наприклад, телебачення, мобільні телефони (SMS та MMS), дзвінки зі зворотним зв'язком та мобільні рінгтони у режимі очікування. Ця особливість і відрізняє його від онлайн-маркетингу, який обмежується лише Інтернетом.

Маркетинг (англ. marketing) — це діяльність для формування попиту та задоволення потреб споживачів. У широкому сенсі призначення маркетингу полягає у «визначенні та задоволенні людських і суспільних потреб».

Якщо маркетинг — це залучення і утримання клієнтів, то інтернет-маркетинг — залучення й утримання клієнтів в Інтернеті.

Інтернет-маркетинг є складовою електронної комерції. Його також називають online-маркетингом. Він може включати такі частини, як інтернет-інтеграція, інформаційний менеджмент, PR, служба роботи з покупцями та продажу. Електронна комерція та інтернет-маркетинг стали популярними з розширенням доступу до інтернету і являють собою невід'ємну частину будь-якої нормальної маркетингової кампанії. Сегмент інтернет-маркетингу і реклами зростає як у споживчому секторі, про що свідчить поява з кожним днем все нових інтернет-магазинів, так і на ринку B2B. Основними перевагами інтернет-маркетингу вважаються інтерактивність, можливість максимально точного таргетингу, можливість постклік-аналізу, який веде до максимального підвищення таких показників як конверсія сайту і ROI інтернет-реклами.

Ключові компоненти цифрового маркетингу

Цифровий маркетинг має безліч каналів і тактик, які допомагають компаніям досягати своїх цілей. Ось деякі з них:

- Пошукова оптимізація (SEO): Процес оптимізації вашого вебсайту, щоб він займав вищі позиції в результатах пошукових систем, таких як Google, збільшуючи органічний (неоплачуваний) трафік.
- Контент-маркетинг: Створення і поширення цінного, релевантного і послідовного контенту (блог-пости, відео, електронні книги) для залучення і утримання цільової аудиторії.
- Маркетинг у соціальних мережах (SMM): Використання соціальних медіа-платформ (Facebook, Instagram, LinkedIn) для підвищення впізнаваності бренду, взаємодії з аудиторією та збільшення продажів.
- Електронна пошта (Email-маркетинг): Відправка комерційних повідомлень до групи людей, які надали свою згоду на отримання розсилки. Це ефективний спосіб для побудови відносин з клієнтами.
- Платна реклама (PPC): Метод, що дозволяє компанії платити щоразу, коли хтось клікає на їхню рекламу. Це можуть бути оголошення в пошукових системах (Google Ads), або реклама в соціальних мережах.

Етапи

1. Формулювання цілей рекламної кампанії в інтернеті з позиції одержання прибутку і/чи зниження витрат.
2. Визначення потенційної аудиторії web-сайту (цільової аудиторії).
3. Збір і підготовка інформації, що повинна бути затребувана користувачами web-сайту.
4. Створення сайту: проектування його структури, дизайн, забезпечення інформаційного


наповнення, функціонування програмного забезпечення, розміщення в Мережі.

5. Забезпечення збору статистичної інформації про відвідуваність вашого ресурсу.
6. Цілеспрямоване стимулювання відвідувань сайту користувачами цільової аудиторії.
7. Зпівставлення статистики відвідувань web-сайту і динаміки росту продажу. Необхідно коректувати дії в Мережі й в організації роботи підприємства в цілому.

SMART-цілі

- **S** (Specific) — Конкретні
- **M** (Measurable) — Вимірювані
- **A** (Actionable) — Досяжні
- **R** (Relevant) — Релевантні
- **T** (Time-Bound) — Обмежені в часі

Цілі можна встановлювати, аналізуючи поточні показники ефективності (KPI¹) компанії та конкурентів.

До інтернет-маркетингу належать такі методи просування як пошуковий маркетинг (розкручування сайту), Інтернет-реклама (банерна та контекстна реклама), контент-маркетинг, E-mail та вірусний маркетинг. Інтернет-маркетинг також відкриває широкі можливості для непрямої реклами та  PR.

Інструменти

Існує велика кількість інструментів для інтернет-маркетологів, найпопулярнішими є інструменти для менеджменту (Google Docs, Podio, Trello), інструменти для аналізу та аналітики (Google Analytics, SEM Rush, SimilarWeb), інструменти для E-mail маркетингу (Mailchimp) та соцмережі для просування продукту чи послуг (Facebook, Youtube, Linkedin, Quora, Reddit).

Основні елементи

- Товар (англ. Product) — те, що продається в інтернеті, товар конкурує не тільки з іншими сайтами, але і традиційними магазинами.
- Ціна (англ. Price) — прийнято вважати, що ціна в інтернеті нижче, ніж у звичайному магазині, завдяки економії на витратах.
- Просування (англ. Promotion) — заходи з просування сайту, включає великий арсенал інструментів (пошукове просування, контекстна реклама, банерна реклама, e-mail маркетинг, партнерський маркетинг, вірусний маркетинг, прихований маркетинг, інтерактивна реклама, робота з блогами тощо).
- Місце продажів (англ. Place) — точка продажів, зазвичай, це сам сайт.

Системи електронного урядування

Електронне урядування — спосіб організації державної влади за допомогою систем локальних інформаційних мереж та сегментів глобальної інформаційної мережі, що забезпечує функціонування органів влади в режимі реального часу та робить максимально простим і доступним щоденне спілкування з ними громадян, юридичних осіб, неурядових організацій.

Основні напрямки

Головною складовою електронного урядування є електронний уряд — єдина інфраструктура міжвідомчої автоматизованої інформаційної взаємодії органів державної влади та органів місцевого самоврядування з громадянами та суб'єктами господарювання. Він не є доповненням або аналогом традиційного уряду, а лише визначає новий спосіб взаємодії на основі активного використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) з метою підвищення ефективності надання державних послуг. На сьогодні в світі поширені дві основні моделі електронного урядування — e-Government 1.0 та e-Government 2.0.

Рівні реалізації

Враховуючи основну складову електронного урядування — електронний уряд, виділяють такі рівні реалізації:

1. **G2C** (government to citizens) або «**Уряд — громадянам**» (організація зворотного зв'язку з громадянами). З введенням систем G2C громадяни зможуть набагато менше стояти в чергах за типовою інформацією, довідками і формами, економлячи при цьому власні фінансові ресурси, а бюджетні витрати на адміністрування типових процедур при цьому пропорційно зменшуються.
2. **G2E** (government to employees) або «**Уряд — службовцям**» (відносини уряду з чиновниками або службовцями). Автоматизація процесів співпраці урядової системи з службовцями, чиновниками, консультантами на місцях. Вказаний рівень реалізації можливий до виключення у разі розробки необхідного функціоналу на рівнях G2B, G2C.
3. **G2B** (government to business) або «**Уряд — бізнесу**» (відносини державних органів і бізнесу). Це автоматизація податкових виплат, проведення електронних тендерів на постачання продукції тощо. При переході на електронну систему закупівель Швеції економія коштів в цій країні склали близько 50 відс., внаслідок чого 95 відс. закупівель Швеції проводиться через електронні канали.
4. **G2G** (government to government) або «**Уряд — уряду**» (автоматизація відносин і документообігу між відомствами). G2G — частина об'єднаної інформаційної системи, що забезпечує виконання таких задач:
 1. керування роботою державного апарату;
 2. координація діяльності регіональних управлінь і територіальних підрозділів;
 3. ведення внутрішнього діловодства.

Практичне впровадження в Україні

У 2003 році Кабмін України розпочав проєкт Електронного урядування зі створення Єдиного вебпорталу органів виконавчої влади, розробкою якого з 2002 року займалися спеціалісти ЗАТ «Софтлайн», на виконання постанови КМУ №1302. Портал об'єднав нові та вже існуючі в Інтернеті державні сервіси, а також інформацію органів влади.

Ініціатором практичного впровадження електронного урядування на рівні Львівської області з серпня 2019 року стали обласні органи влади. Багато елементів електронного урядування вже зреалізовано у місті Дрогобичі.


Наприкінці 2019 року розгорівся корупційний скандал навколо INDUSTRIAL INNOVATION GROUP (наступника ЄДАПС), Андрій Первушин і Юрій Сидоренко, обіцяючи “цифрову державу” спробували повернути корупційні схеми з продажу Україні документів за значно завищеними цінами.

Наслідки впровадження електронного урядування

1. Відкритість та прозорість діяльності публічної адміністрації.
2. Економія часових та матеріальних ресурсів.
3. Підвищення якості надання адміністративних послуг.
4. Забезпечення доступу до публічної інформації за допомогою сучасних інформаційних технологій.
5. Звільнення службовців від рутинної роботи.
6. Деперсоніфікація взаємовідносин громадян, представників бізнесу у взаєминах із державними чиновниками.
7. Створення єдиного «пункту контакту» громадян із державними структурами.
8. Можливість цілодобового отримання адміністративних послуг.
9. Підвищення рівня демократизації суспільства.

Отже, електронне урядування здатне змінити саму природу влади, зробити її більш прозорою та підконтрольною громадськості. Воно створює умови для нормального розвитку бізнесу, поліпшення інвестиційного клімату, зростання економіки, а також забезпечує реальну участь громадян у політичних процесах.

Джерела

- business.diia.gov.ua
- https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_marketing
-  Електронний маркетинг
-  Електронне урядування

1)

KPI — це скорочення від англійського “Key Performance Indicators”, що означає ключові показники ефективності

From:

<https://library.vpuhukhiv.com.ua/> - Вікі Глухівського ВПУ

Permanent link:

https://library.vpuhukhiv.com.ua/subjects:basic:informatika:base:internet_marketing

Last update: **22.09.2025 08:21**

