

## ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ

Студ. Кононенко А.С.  
Наук. керівник доц. Шарко В.В.  
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

В сучасних умовах, Інтернет-маркетинг розвивається високими темпами, випереджаючи традиційні види маркетингу. Він завойовує все більшу популярність не тільки у бізнесу, але й у звичайних користувачів, які хочуть зробити ефективний веб-сайт або блог. Проте в розвинених країнах, витрати на Інтернет - маркетинг і рекламу становлять близько 5% від загальних рекламних витрат.

Розвиток інформаційних технологій, серед яких одне з ключових місць зайняв Інтернет, поява і бурхливе зростання електронної комерції стали основою для появи нового напрямку в сучасній концепції маркетингу взаємодії – Інтернет-маркетингу.

Інтернет - маркетинг (англ. Internet marketing) – це використання всіх методів традиційного маркетингу в Інтернеті, яка зачіпає основні елементи маркетингу: ціна, продукт, місце продажів і просування. Основною метою цього виду маркетингу є отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту.

Інтернет - маркетинг з'явився на початку 1990-х років, коли інформація про різні товари і послуги стала розміщуватися на текстових сайтах. Зараз Інтернет-маркетинг – це набагато більше, ніж продаж програмних продуктів, зараз йде торгівля інформаційним простором, товарами, послугами тощо.

Використання Інтернету вносить нові особливості та переваги в порівнянні з маркетингом, заснованому на традиційних технологіях. Ось деякі з них:

1. Інтернет-маркетинг в першу чергу надає споживачеві можливість отримати інформацію про товари. Будь-який потенційний споживач може, використовуючи Інтернет, отримати інформацію про товар, а також купити його.
2. Застосування методів інтернет-маркетингу націлене на економію коштів (на заробітній платі співробітників відділів продажів і на рекламі), а також на розширення діяльності компаній (перехід з локального ринку на національний та міжнародний ринок). При цьому як великі компанії, так і малі, мають більш урівноважені шанси в боротьбі за ринок.
3. У порівнянні з іншими видами медіамаркетингу (друкованими, радіо і телебаченням), Інтернет-маркетинг росте дуже швидко. Він завойовує все більшу популярність не тільки у бізнесі, але і у звичайних користувачів, які хочуть просунути свій ефективний веб-сайт або блог і заробити на ньому.

На ряд ділових сфер Інтернет-маркетинг справляє важливе значення, наприклад, на рекламу, банківську справу, музичну індустрію, ринок портативних пристроїв та багато іншого. Кількість банків, що пропонують свої послуги в режимі онлайн, стає більшою. Даний сектор Інтернет-бізнесу є одним з найбільш швидкозростаючих. Для клієнтів, онлайн-банкінг найбільш зручний, бо така послуга позбавляє від необхідності відвідувати банк особисто. У США це досить поширене явище, приблизно п'ятдесят мільйонів чоловік надали перевагу онлайн банкам над традиційними. Торгові Інтернет-майданчики постійно розширюються, таким чином можна легко простежити тенденції зростання Інтернет-маркетингу.

Отже, сучасний стан Інтернет-маркетингу вимагає осмислення і наукового обґрунтування процесів, які відбуваються у сфері Інтернет-маркетингу, що, в свою чергу, дасть змогу сформулювати ефективну систему онлайн-управління підприємствами, за допомогою інтерактивних методів здійснювати оперативне маркетингове управління виробничо-комерційною діяльністю.