

## «ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ» АБО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩІ

Студ. П'явка В.Г.

Наук. керівник доц. Григоревська О.О.

Київський національний університет технологій та дизайну

З плином часу людство перейшло на рівень інформаційного “Інтернет-суспільства”. Звичайно, сторінки, посилання, сайти – це досить зручний спосіб пошуку корисної та необхідної інформації. Але як же це впливає на планування бізнесу та підприємництва в цілому? В наш час все частіше зустрічаються такі терміни, як “електронні гроші”, “Інтернет-економіка”, тощо. Віртуальне ведення бізнесу розвивається дуже стрімко, в ньому для людей зникають територіальні та часові рамки, бо за одну мить можна знайти і придбати бажану річ, яка знаходиться у будь-якій точці світу. Відповідно до даних Асоціації учасників електронного бізнесу України, обсяг електронної комерції останнім часом збільшився у 10 разів і на сьогодні складає 1млрд дол. США. “Інтернет-бізнес” – це те саме підприємництво, але воно не вимагає зайвих затрат, тобто щоб заробляти гроші не потрібно наймати велику кількість працівників, витратити гроші на оренду приміщень та інші обслуговуючі інструменти. Ще однією важливою перевагою “Інтернет-бізнесу” є недосконалість нормативно-правового регулювання з боку держави. Ці всі умови досить позитивно впливають на процес ціноутворення товару, менше витрат – нижча ціна на товар.

В Інтернеті бізнес ведеться у формі електронних магазинів, Інтернет-каталогів, онлайн-аукціонів, що являється дуже зручним при сучасному ритмі життя. Дуже популярними на сьогодні є маркетингові Інтернет-дослідження. Все рідше на вулиці зустрічаєш людей, які займаються опитуванням про якість товарів та послуг від певних виробників, цю сферу також поступово переносять в віртуальний простір. Це діє у вигляді повідомлень на ваш e-mail або рекламних запитань на сторінках ваших улюблених сайтів. Такий вид опитувань суттєво допомагає виробникам швидко і якісно оцінити вподобання своїх клієнтів. Відкриття такого виду бізнесу починається зі створення сайту, запуску і просування продукції за допомогою інструментів SEO, наступним кроком буде забезпечення впізнаваності бренду і поряд з цим створення привабливого дизайну та іміджу Інтернет-магазину. Цільова аудиторія – найважливіший аспект Інтернет-бізнесу, тому перш ніж рекламувати товар слід чітко визначити потреби і вподобання майбутніх клієнтів.

Реклама в Інтернет-просторі розвивається так стрімко, що скоро займе перше місце в світовій рекламній політиці. Популярність рекламних Інтернет-агенств зростає і невдовзі наздожене рекламу на телебаченні, яка зараз знаходиться на першому місці. В Інтернеті реклама поділяється на медійну, банерну, контекстну та електронну розсилку. Але необхідно пам'ятати: будь-яка реклама повинна бути ненав'язливою та лаконічною, тільки в такому випадку клієнт зверне на неї увагу.

Таким чином, Інтернет-маркетинг поступово заповнює всі сфери нашого життя і робить його зручнішим, в цьому просторі людина може відтворювати ті самі маркетингові та економічні операції, але значно швидше та дешевше.

### Список використаної літератури:

1. Міжнародна електронна комерція (International E-Commerce) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ecommerce2000.blogspot.com/2010/09/blog-post\\_2539.html/](http://ecommerce2000.blogspot.com/2010/09/blog-post_2539.html/).
2. Сідак Альона Маркетингові дослідження через Інтернет – інновація для України? [Електронний ресурс] / Альона Сідак – Режим доступу: <http://innovations.com.ua/uk/digitallab/26/234/845>.
3. Ілляшенко С.М. Аналіз ретроспективного та сучасного стану Інтернет-реклами і можливі напрямки розвитку / С.М. Ілляшенко, І.Ю. Іваницький // Маркетинг та менеджмент інновацій. – 2010. – № 1. – с. 57-66