

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ В УКРАЇНІ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Студ. Зотько Ю.Ю.
Наук. керівник доц. Шарко В.В.
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Інноваційний розвиток та інформатизація бізнесу є важливими чинниками переорієнтації основних напрямів діяльності більшості підприємств, у тому числі, виникненню нових видів маркетингу. Одним із результатів науково-технічного прогресу є створення принципово нового виду маркетингу – Інтернет - маркетингу.

Окремі аспекти дослідження, щодо еволюції сучасного Інтернет - маркетингу подані в роботах таких закордонних вчених, як: Ф. Котлер, Г. Армстронг, У. Хенсон, та вітчизняних науковців: Євдокимов Н. В., Гусев В. С., Гаврилов К. В., Борзенков С. В. та ін. Згідно з їх думкою, розвиток маркетингу невід’ємно пов’язаний із розвитком та використанням ІТ - технологій, які володіють вагомими перевагами у залученні потенційних споживачів і партнерів.

Найважливішими складовими Інтернет - маркетингу, що відрізняють його від будь-яких інших видів маркетингової діяльності є інтерактивні маркетингові дослідження, що включають вивчення ринків споживачів і конкурентів та комунікативна політика, що завдяки глобальному поширенню та популярності Інтернету в населення всього світу, дає будь-якому бізнесу нові можливості (формування систем Інтернет - комунікацій, проведення рекламних кампаній, організація збуту, онлайн - формування брендів та ін.)

Інтернет - маркетинг став поступово витіснити традиційний. Адже він володіє рядом переваг:

- низька вартість Інтернет - реклами, і як наслідок, зниження витрат на просування товарів і послуг;
- доступність;
- відсутність географічних і часових меж, глобалізація (обравши продукцію в Інтернет - магазині, можна замовити товар у будь-який час доби і майже з усіх країн, з яких проводиться доставка);
- легкий доступ до інформації;
- більш гнучка маркетингова компанія, можливість охоплення цільової аудиторії.

Що стосується Інтернет - маркетингу в Україні, то він знаходиться на досить низькому рівні з ряду причин: нераціональний розподіл рекламних бюджетів; вартість послуг необґрунтовано завищена; високий рівень обману рекламодавцями; відсутність кваліфікованих фахівців.

Слід також відзначити і те, що експерти прогнозують в Україні такі перспективні тенденції: інтеграції PR, активне освоєння компаніями просторів соціальних мереж, лайк-маркетинг, візуальний контент (ілюстрації, інфографіка, анімація) та стрибок у співпраці клієнта і рекламного агентства, а саме: в Україні виховано покоління рекламодавців, які розуміють технології та особливості процесу просування.

Застосування Інтернет - маркетингу, під впливом розвитку глобальної мережі Інтернет дає підприємствам ряд переваг, які допомагають підвищити конкурентоспроможність та покращити економічні показники.

Отже, у зв’язку із стрімким ростом науково-технічного прогресу Інтернет - маркетинг набуває не лише актуальності, але й поступово перетворюється на основний вид комунікації зі споживачами багатьох підприємств різних галузей економіки.