

## ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

аспірант **Тимохіна Я.О.**, студент гр. МК-31 **Соловей Н.А.**

Інтернет-маркетинг відіграє велику роль у житті кожної сучасної людини. Популярність Інтернет-маркетингу зростає не тільки серед бізнес-компаній, але і серед звичайних користувачів мережі, які прагнуть просувати свої сайти, блоги.

Переваги використання Інтернет-маркетингу полягають у наступних позиціях: для споживачів: Інтернет – це потужна мережа, де споживачі можуть отримати інформацію про товар, який їх цікавить, а потім придбати його; для виробників: Інтернет – це ефективний канал рекламування товару; для бізнесу в цілому: Інтернет змінює зовнішність і стиль ведення бізнесу, а також знижує його витрати.

Мета інтернет-маркетингу – це підвищення ефективності сайту як інструменту сучасного бізнесу. Зазвичай основним завданням веб-маркетингу прийнято вважати досягнення достатньо високого числа відвідувачів в день. Але найголовніше – залучити максимальну кількість людей з тієї цільової групи, на яку цей сайт орієнтований і створити умови для виникнення у них бажання споживати товар, який пропонується. Інтернет-маркетинг – це не просто продаж інформаційних продуктів, а торгівля інформаційним простором, тому що більшість компаній застосовують Інтернет для просування своєї продукції. Цей тип маркетингу став основою ведення бізнесу для багатьох фірм, адже він дає можливість кожному, у кого є ідея, товар або послуга, досягти максимально широкої аудиторії.

Унаслідок нещодавньої появи і швидкого розвитку Інтернет-технологій, існує проблема чіткого формування визначення поняття «Інтернет-маркетинг». Так, В. Холмогоров [1] дає таке визначення: «Інтернет-маркетинг – це комплекс спеціальних методів, що дозволяють власникам корпоративних web-ресурсів просувати свій сайт в Інтернеті і, розкручуючи таким чином торгову марку свого підприємства, витягувати, застосовуючи мережеві технології, додатковий прибуток». В.В. Дік, М.Г. Лужецький, А.Е. Родіонов [2] відзначають, що «Інтернет-маркетинг – це необхідний комплекс заходів з дослідження такого специфічного ринку, яким є мережевий ринок Інтернету, по ефективному просуванню і продажу товарів (послуг) за допомогою сучасних інтернет-технологій».

У результаті аналізу різних підходів до трактування терміна «Інтернет-маркетинг» слід відзначити, що визначення В.В. Діка, М.Г. Лужецького, А.Е. Родіонова враховує таку важливу складову комплексу маркетингу, як ефективне просування товарів (послуг), а також вказує на необхідність використання маркетингових досліджень у мережі Інтернет. Необхідність останніх підтверджують й інші вчені: І.В. Успенський [3] ставить маркетингові дослідження на перше місце в структурі інтернет-маркетингу.

Отже, переваги Інтернет-маркетингу полягають не тільки в тому, що їх застосування дає можливість чіткого охоплення цільової аудиторії. Він пропонує гнучке управління маркетинговими комунікаціями, при цьому навіть невеликий рекламний бюджет забезпечує максимальну віддачу.

1. Алексунін В.А. Маркетинг: Підручник / Алексунін В.А. – М. : Дашков і Ко, 2009.
2. Алексунін В.А. Електронна комерція і маркетинг в Інтернеті / Алексунін В.А., Родигін В.В. – М. : Дашков і Ко, 2007.
3. Васильєв Г.А. Електронний бізнес. Реклама в Інтернет. / Васильєв Г.А., Забегалін Д.А. – М. : Юнити-Дана, 2008.

Тимохіна, Я.О. Інтернет-маркетинг [Текст] / Я.О. Тимохіна, Н.А. Соловей // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.2. - С. 220-221.