

## АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ І МЕТОДІВ У СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ

В останні роки широкого застосування набув інтернет-маркетинг - новий вид маркетингу, який передбачає застосування традиційних і інноваційних інструментів та технологій у мережі Інтернет для визначення і задоволення потреб і запитів споживачів (покупців) шляхом обміну з метою отримання товаровиробником (продавцем) прибутку чи інших вигод. Інтернет-маркетинг автор розглядає як складовий елемент інтернет-бізнесу - економічної діяльності яка приносить прибуток або інші вигоди і яка ведеться з застосуванням інструментів і технологій Інтернет.

З метою визначення оптимальних шляхів впровадження методів інтернет-маркетингу у ринкову діяльність підприємств і установ досліджені сучасні світові і вітчизняні тенденції застосування інтернет-технологій і інструментів для вирішення задач маркетингу. На основі системного аналізу і узагальнення літературних джерел та практики діяльності підприємств і установ у віртуальному середовищі автором виділені основні елементи сучасного інтернет-маркетингу: маркетингові дослідження у середовищі Інтернет; маркетингові інтернет-комунікації; збут у Інтернет.

Систематизовано методи і інструменти інтернет-досліджень (рис. 1).

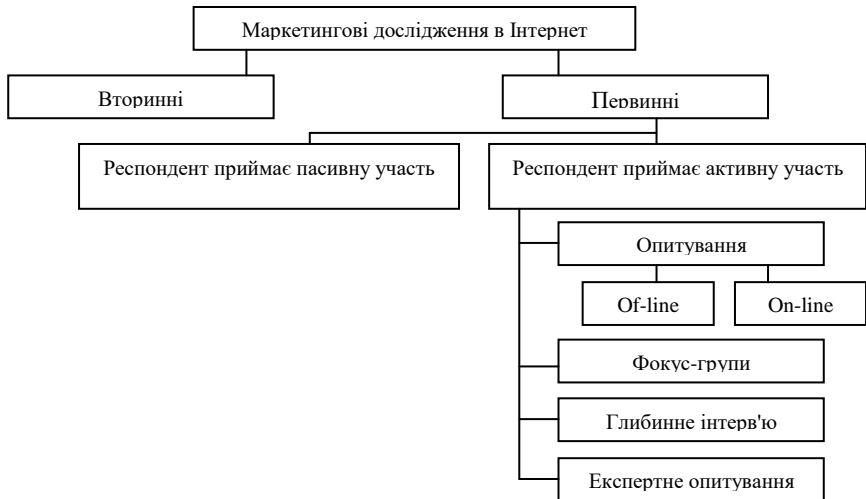


Рис. 1. Система маркетингових інтернет-досліджень

Окреслено коло основних засобів інтернет-комунікацій: E-mail реклама; електронна дошка оголошень (BBS); контекстна (пошукова) реклама; медійна (банерна) реклама; відео (цифрова) реклама; фонові реклама; Rich media; лідогенерація; спонсорство сайтів; таргетинг; пошуковий маркетинг (SEM); пошукова оптимізація (SEO), як різновид SEM; оптимізація сайту під соціальні мережі; соціальний медіа-маркетинг; вірусний інтернет-маркетинг; прямий інтернет-маркетинг.

Визначено схему збуту продукції у Інтернет (рис. 2).

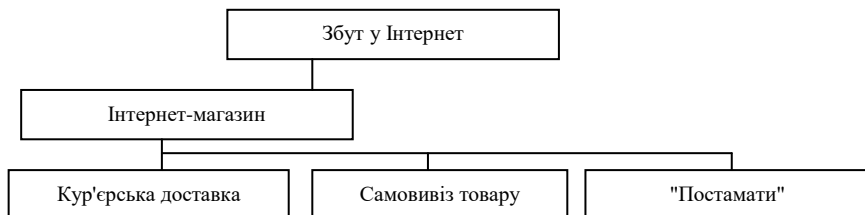


Рис. 2. Схема збуту продукції у Інтернет.

Підводячи підсумки слід зазначити, що автором уточнено сутність і зміст категорій "інтернет-маркетинг" та "інтернет-бізнес". Викладено авторське бачення структури інтернет-маркетингу.

Виконана систематизація сучасних технологій і інструментів інтернет-маркетингу за напрямками: маркетингові дослідження в Інтернет; маркетингові комунікації в Інтернет; збут продукції в Інтернет. Розглянуто приклади і визначені перспективи їх застосування і розвитку.

На основі аналізу наявних статистичних даних окреслені характеристики користувачів Інтернет в Україні за віковими, освітніми, регіональними, гендерними та іншими показниками.

Результати дослідження поглиблюють теоретико-методичні і прикладні засади інтернет-маркетингу як одного з найперспективніших напрямків розвитку бізнесу на сучасному етапі соціально-економічного і техніко-технологічного розвитку. Їх практичне використання дозволить цілеспрямовано обирати найбільш ефективні у конкретній ринковій ситуації заходи маркетингу з використанням можливостей Інтернет.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на аналіз вітчизняної і зарубіжної статистики використання виділених автором технологій і інструментів інтернет-маркетингу, виконання порівняльної оцінки їх ефективності, розробку рекомендації щодо їх застосування.