

ЗНАЧЕНИЕ ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.А. РЫБАЛЬЧЕНКО^{1*}, О.Н. НАЩЕКИНА²

¹*магістрант кафедри менеджмента и налогообложения, НТУ «ХПИ», Харьков, УКРАИНА*

²*доцент кафедри менеджмента и налогообложения, канд. физ.-мат. наук, НТУ «ХПИ», Харьков, УКРАИНА*

**email: alenkasmayl@gmail.com*

Развитие современных информационно-коммуникационных технологий и расширение доступа к интернету оказывают существенное влияние и открывают новые возможности для повышения эффективности маркетинговой деятельности предприятий.

По результатам опроса двух тысяч американских потребителей, 72% респондентов отметили, что предпочитают использовать поисковые системы для поиска информации и приобретения товаров [1]. В Украине потребители также активно используют интернет-поиск, независимо от того, совершается покупка онлайн или офлайн. Поэтому эффективная организация коммуникаций с потребителем посредством интернета становится важным фактором конкурентоспособности компаний.

Популярность интернет-рекламы в Украине стремительно растет. По темпам роста интернет-реклама значительно опережает другие сегменты отечественного рекламного медиа-рынка. Согласно данным Интернет Ассоциации Украины, объем украинского рынка медийной интернет-рекламы в 2017 г. в гривневом исчислении составил 2,51 млрд. грн., что на 40% превышает аналогичный показатель 2016 г. [2]. В то же время по данным Всеукраинской рекламной коалиции, рост сегмента ТВ-рекламы в 2017 г. по сравнению с 2016 г. составил 29%, рекламы в прессе – 18%, радиорекламы – 20% [3].

При этом, интернет-маркетинг в Украине является относительно новым направлением деятельности компаний, что обусловлено отсутствием навыков работы с его инструментами. Свидетельством этому является тот факт, что еще в 2016 году половина украинских компаний не имела собственного вебсайта [4]. SEO оптимизация позволяет повысить расположение вебсайта в списке поисковых результатов, привлекая большее количество потенциальных клиентов. Немаловажными являются такие методы интернет-маркетинга, как вирусная реклама, баннерная реклама, email рассылка и SMM продвижение.

Опережающими темпами развивается и электронная торговля. Так, в 2016 году объемы интернет-торговли в Украине достигли 5,65 млрд. дол., а темпы роста хотя и замедлились в сравнении с 2011-2013 гг., но все же остаются внушительными – 27 % в 2016 году [5] (по другим оценкам 30-40 % [6]). При

этом доля электронной торговли в общем объеме торговли остается невысокой (4,5% по оценкам [5] и 3 % по оценкам [6]) в сравнении с показателями развитых стран (10-15 %). Увеличивается также сегмент мобильной коммерции.

Важную роль в маркетинговой деятельности компаний играет сегодня контент-маркетинг, который представляет собой совокупность маркетинговых приемов, связанных с созданием и распространением полезной для потребителя информации с целью завоевания доверия и привлечения потенциальных клиентов. Распространяемая информация не является прямой рекламой, но эффективно привлекает внимание и косвенно убеждает аудиторию принять необходимое для продавца решение. Очень важным для успешного контент-маркетинга является выбор средств коммуникации. Это могут быть блоги, социальные сети, семинары, вебинары и тп. Согласно статистике, затраты на использование контент-маркетинга составляют на 62% меньше, чем затраты на традиционный маркетинг [7].

Среди новых трендов в интернет-маркетинге – развитие систем искусственного интеллекта, позволяющих таргетировать и персонализировать рекламу. Системы искусственного интеллекта используются для кастомизации рассылок клиентам на основе анализа истории взаимодействий клиентов с контентом. В розничной торговле системы искусственного интеллекта могут использоваться для анализа статистики, в частности, для контроля товарных запасов, эффективного использования торгового персонала, оптимизации программ лояльности. Все вышеперечисленные методы продвижения товара являются более эффективными для привлечения клиентов в силу популяризации интернет- технологий и значительно менее затратными в сравнении с традиционными видами маркетинга.

Список литературы:

1. 15 Stats That Prove Google Adwords Is A Great Investment For Your Business [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pearanalytics.com/resources/fun-fact-how-consumers-find-local-merchants/>
2. Объем рынка медийной интернет-рекламы в 2017 году [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://inau.ua/news/obem-rynka-medynoy-ynternet-reklamy-v-2017-godu-prevysyl-25-mlrd-grn>
3. Об'єм рекламно-комунікаційного ринку України 2017 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://vrk.org.ua/reklamnyij-ryinok/>
4. Половина компаний в Украине не имеет своего сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://radio.vesti-ukr.com/news/29568-polovina-kompanij-v-ukraine-ne-imeet-svoego-sajta.html>
5. Электронная коммерция (e-Commerce): тренды и прогноз развития в Украине на 2017-2018 гг. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.web-mashina.com/web-blog/ecommerce-prognoz-elektronnoi-kommercii-ukrainy-2017-2018>
6. Рынок e-commerce Украины оценивается в 38 млрд. грн. с ростом в 30-40% [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://hubs.ua/business/ry-nok-e-commerce-ukrainy-otsenivaetsya-v-38-mlrd-grn-s-rostom-v-30-40-101176.html>
7. 54 Content Marketing Stats to Guide Your 2018 Strategy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.snapapp.com/blog/54-content-marketing-stats-guide-your-2018-strategy>